



Universidad
Zaragoza



Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

Título

Imagen corporativa del Restaurante del Club de Golf Los Lagos

Autor

Ana Isabel Lorente Pardos

Director

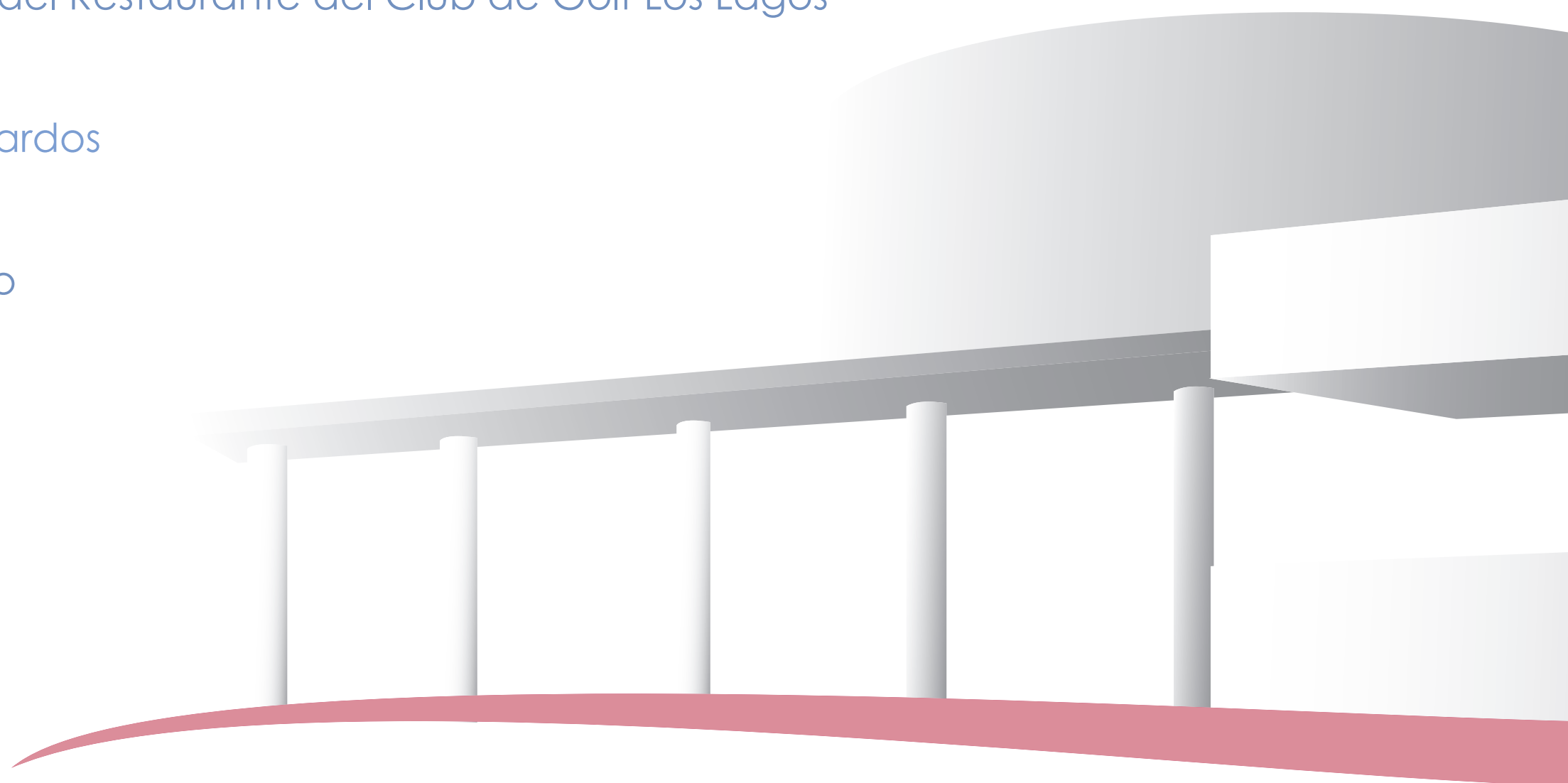
Nora Ramos Vallecillo

Especialidad

Diseño Industrial

Convocatoria

Septiembre 2012



Fase 0:
Información y planificación

Fase 1:
Creación de la imagen

Fase 2:
Desarrollo del manual de ima-
gen corporativa

Fase 3:
Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:
Diseño de la página web

Fase 0: Información y planificación	4	1. 3. 4. Evolución posibles soluciones	31
0. 1. Pliego de condiciones	5	1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa	35
0. 2. Planificación del proyecto	6	1. 4. Presentación del imago tipo	37
0. 3. Información	11	Fase 2: Desarrollo del manual de imagen corporativa	38
0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa	11	2. 1. Símbolo, Logotipo e Imago tipo	39
0. 3. 2. Otras fuentes de información	16	2. 2. Construcción del imago tipo	40
0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones	16	2. 3. Área de respeto	40
0. 3. 4. Análisis del material de comunicación	17	2. 4. Tamaño mínimo	41
0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta	18	2. 5. Versiones del imago tipo	41
0. 4. Análisis y conclusiones	22	2. 6. Imago tipo sobre fondos	42
Fase 1: Creación de la imagen	24	2. 7. Convivencia con otros identificadores	42
1. 1. Proceso creativo	25	2. 8. Colores corporativos	43
1. 2. Estudio imagen competencia	26	2. 9. Tipografía corporativa	44
1. 3. Evolución de alternativas	28	2. 10. Normativa escritos	44
1. 3. 1. Referentes	28	2. 11. Otros elementos de imagen	45
1. 3. 2. Primeros bocetos	29	2. 12. Aplicaciones de papelería	46
1. 3. 3. Posibles soluciones	31		

Fase 0:

Información y planificación

Fase 1:

Creación de la imagen

Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:

Diseño de la página web

2. 13. Soportes cartas menús	46	4. 2. Esquema de la página	71
2. 14. Otras aplicaciones	46	4. 3. Evolución del diseño	72
Fase 3: Diseño de otras aplicaciones	47	4. 4. Diseño final	74
3. 1. Minutas	48	4. 5. Ejemplos de aplicación	75
3. 2. Uniformes	52	4. 5. 1. Ejemplo aplicación página Inicio	75
3. 3. Vajilla	52	4. 5. 2. Ejemplo aplicación página El Restaurante	76
3. 4. Photocall	54	4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación sección Cafetería	77
3. 5. Mantel para entrega de premios	57	4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación sección Comedor	78
3. 6. Vinilo cámaras frías	58	4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación sección Salón banquetes	79
3. 7. Vinilo máquina de tabaco	59	4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación sección Jardines	80
3. 8. Vinilos ventanas	61	4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación sección Salón social	81
3. 9. Pictograma baños	65	4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación sección Sala reuniones y TV	82
3. 10. Etiquetas de vino	66	4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Menús	83
3. 11. Carteles indicadores	68	4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación sección Menú del día	84
Fase 4: Diseño de la página web	70	4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación sección La Carta	85
4. 1. Información	71	4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación sección Menús para grupos	86
		4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación sección Banquetes	87
		4. 5. 4. Ejemplo aplicación página Noticias	88
		4. 5. 5. Ejemplo aplicación página Contactos	89

Fase 0:
Información y planificación

Fase 1:
Creación de la imagen

Fase 2:
Desarrollo del manual de ima-
gen corporativa

Fase 3:
Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:
Diseño de la página web

Fase 0: Información y planificación4

0. 1. Pliego de condiciones5

0. 2. Planificación del proyecto6

0. 3. Información11

0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa11

0. 3. 2. Otras fuentes de información16

0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones16

0. 3. 4. Análisis del material de comunicación17

0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta18

0. 4. Análisis y conclusiones22



Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

0. 1. Pliego de condiciones

La investigación que se va a realizar corresponde a la creación de la identidad corporativa del restaurante del Club de Golf Los Lagos.

El estudio se realiza con el fin de diseñar el Manual de Identidad Corporativa del restaurante. La necesidad surge de la carencia del mismo y de la búsqueda de una pequeña diferenciación con la imagen del club.

Debe quedar establecida en su totalidad la definición de la forma de concepción e implantación de su identidad corporativa, su desarrollo y comportamiento corporativo en cuanto a producción, distribución y marketing.

La identidad corporativa se compone de los medios tangibles e intangibles por medio de los cuales se identifica, se pone en contacto con el exterior e interior de la organización; además, en la práctica la Identidad corporativa esgrime el conjunto de los medios visuales y no visuales empleados por una empresa para mostrarse a sí misma y a todos sus públicos, basándose, precisamente en un plan de identidad corporativa. De manera que es un conjunto planificado de pistas visuales por los que la audiencia puede reconocer a la empresa y diferenciarla de las otras.

Basándonos en esto, el manual debe describir los correctos usos que debe darse a la imagen de la empresa en cada uno de los soportes en los que se puede presentar. Además deberá definirse el orden y posición, según importancia u otros términos que consideremos, en el caso de que varias imágenes deban coexistir en el mismo soporte.

En él se hallarán todas las normas operativas a las que debe atenderse la empresa que se regirá por ejemplos visuales determinados. Ante todo existirá una detallada presentación del logotipo, imagotipo y símbolo de la empresa, cuyas variaciones de tamaño y de color según las circunstancias se explicarán convenientemente. Luego se definirá como realizar una impresión y en general todo lo referente al material de papelería y demás aplicaciones, generales para cualquier empresa y específicas para la hostelería.

En el Manual de Identidad Corporativa se hallarán perfectamente explicitas todas las instrucciones fundamentales a las cuestiones de perso-

nalidad gráfica de la empresa, de sus comunicaciones visuales y audiovisuales. De este modo, cualquier duda estará resuelta de antemano. El manual será a su vez estricto y flexible, de tal modo que nunca la falta de rigor pueda debilitar la generación de la identidad, pero tampoco el exceso de rigidez pueda asfixiar la creatividad.

Se mostrarán varios ejemplos de utilización de la imagen de la empresa como podrían ser:

- Aplicaciones en papelería
- Aplicaciones en vajilla y utensilios de hostelería
- Estandarte para patrocinar torneos
- Dossier de presentación del restaurante
- Faldón para prensa
- Vinilos para cristaleras
- Merchandising

Etapas:

1. Etapa de Información y planificación: Comprende todos los criterios que han de orientar la ejecución del proyecto. Es un pre-proyecto de planificación, que será contrarrestado con los datos reales que se irán obteniendo a lo largo de las diferentes fases.

2. Etapa de diseño gráfico, creación y desarrollo: Se inicia el trabajo de búsqueda de soluciones gráficas, diseño del logo y otras identidades gráficas. Creación de la imagen y desarrollo del programa de diseño propiamente dicho, elaboración del Manual de Identidad Corporativa donde serán establecidos los datos técnicos que explicitan todas las normas para solucionar todos los problemas de comunicación de identidad.

3. Etapa de implantación: Puesta en práctica de la identidad de la empresa, utilizando para ello los soportes habituales de comunicación:

- Papelería comercial y administrativa
- En la web
- Sellos de tinta
- Vinilos

Fase 0:

Información y planificación

0. 1. Pliego de condiciones

0. 2. Planificación del
proyecto

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación informa-
ción y documentos empresa

0. 3. 2. Otras fuentes de infor-
mación

0. 3. 3. Estudio de información
recibida: conclusiones

0. 3. 4. Análisis del material
de comunicación

0. 3. 5. Identificación por el
público: encuesta

0. 4. Análisis y conclusiones

0. 2. Planificación del proyecto

Un programa de imagen corporativa comprende las siguientes fases:

1. Serie de reuniones del diseñador con la empresa.

2. El diseñador recabará de la empresa los datos relativos a:

- Actividades de la empresa
- Productos y servicios
- Posicionamiento
- Objetivos comerciales

3. Reunidas las informaciones (1y2), el diseñador reunirá datos neutrales procedentes de otras fuentes de investigación si considera aquéllas unilaterales y subjetivas.

4. El diseñador estudia toda la información recibida.

5. Análisis del material de comunicación existente, que comporta un examen retrospectivo hasta donde sea razonable de las evoluciones que ha experimentado a través del tiempo la "historicidad" identificativa de la empresa en busca de las raíces de su personalidad visual.

6. Simultáneamente a la tarea 5 se lleva a cabo la investigación sobre cómo el público reconoce a la empresa, con el fin de poder llegar a contrastar los puntos de vista de la empresa en materia de identidad, y de los públicos externos.

7. Detenidamente analizados por el diseñador los datos obtenidos hasta aquí, éstos se someterán ahora a un tratamiento lógico para decantar una serie de opciones posibles sobre cómo orientar el trabajo creativo para el manual.

8. En esta fase de preproyectos gráficos se ensayan diversas posibilidades de visualización de las hipótesis obtenidas en la tarea 7. Todas las conclusiones hasta ahora definidas se pondrán en común con la empresa para que dé su aprobación o aporte más datos que consideren importantes a tener en cuenta por el diseñador.

9. El siguiente paso consiste en el desarrollo gráfico del proyecto definitivamente seleccionado, definidos los elementos estructurales:

- Imagotipo

- Construcción del Imagotipo

- Tamaño mínimo

- Área de respeto

- Colores corporativos

-Tipografía corporativa

-Tipografía compatible

- Tipografía escritos

- Normativa escritos

- Imagotipos secundarios

- Variantes del imagotipo

- Imagotipos sobre fondos

- Otros elementos de imagen

10. Tras el desarrollo de los identificadores y referentes, estudiaremos su convivencia con otros identificadores.

11. Una vez concluido el trabajo referente al diseño de elementos de identidad, nos centraremos en las aplicaciones en las que vamos a poder reflejar la identidad de la empresa:

-Papelería

-Tipos de papel

-Modelo de carta

-Modelo de Fax

-Modelo de factura

-Modelo de tarjetas de visita

-Modelo de sobre

-Modelo de carpeta

-Modelo de menú y carta

-Ticket de caja

-Sellos de tinta

-Carta

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

-Minutas:

- Bautizo
- Comunión
- Boda

-Libro de reservas

-Vinilos ventanas

-Uniformes

- Cocina
- Comedor

-Vajilla:

- Plato hondo
- Plato llano
- Tartera gratinar
- Fuente llana
- Fuente honda
- Plato pan
- plato postre
- Taza café con leche
- Plato café con leche
- Taza café solo
- Plato café solo

-Servilletas de papel

- para mesa 40x40
- para mesa 30x30
- para servilletero

-Sobre azucarillo

-Estuche palillo

-Palillero

-Servilletero para barra

-Etiqueta de botella de vino

- para botella 50 cl.
- para botella 75 cl.
- para botella magnum 1,5l.
- para botella 10 l. (obsequio, decoración)

-Vinilo cámara copas frías

-Portacomandero

-Plato o carpeta para cuenta

-Cepo para periódicos

-Faldón prensa

-Dossier presentación del restaurante

-Estandarte y lona patrocinador de torneo

-Mantel entrega de premios

-Photocall (torneos)

-Vales de comida de torneo

-Pérgola o carpa para zona ajardinada

-Atriles expositores de carta

-Cartel exterior

-Chapa de guardarropa

-Pictogramas (puertas, espacios...)

-Web

-Merchandising:

-Baraja de cartas

-Tapete

-Bolígrafo

-Libreta

-Sudadera

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación de proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

- Cortavientos
- Bolsa deporte
- Mechero
- Gorra (con o sin chapa para marcar las bolas)
- Chapa para marcar la bola dentro del green
- Bola de golf
- Tee de salida

12. Llegado este punto ya disponemos de todo el material necesario para la evolución del manual. Deberemos mostrárselo todo a la empresa y a nuestro tutor en la escuela para que den su visto bueno y podamos empezar a recogerlo todo en el Manual de Identidad Corporativa, que es el objetivo de nuestro proyecto.

13. Recopilar el material en los formatos determinados por la escuela, recogidos en la normativa para la Presentación de Proyectos Fin de Carrera. Una vez tengamos todo el material en los soportes correspondientes procederemos al depósito y abono del proyecto.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

Fases	Actividad	Material obtenido	Plazos
0	Reunión con el tutor de la escuela	Pliego de condiciones	07/12/11
1	Reunión con la empresa	Planificación de tiempo y recursos	10/12/11
2	Recopilación información y documentos empresa	Actividades de la empresa Productos y servicios Posicionamiento Objetivos comerciales	30/12/11
3	Otras fuentes de información	Fases y documentos de que consta un manual de identidad	10/01/12
4	Estudio información recibida	Conclusiones	16/01/12
5	Análisis material de comunicación	Evolución de la empresa y su imagen en el tiempo	20/01/12
6	Investigación relación público con empresa	Encuesta y conclusiones	24/01/12
7	Análisis del material obtenido hasta el momento	Reorganización del trabajo	02/02/12
8	Presentación a la empresa de la evolución del proyecto	Aprobación de la empresa Sugerencias por parte de la misma	06/02/12

En este punto del proyecto habré conseguido conocer en su totalidad a la empresa, tanto sus virtudes como sus carencias de identidad. De esta forma he podido identificar sus referentes y sus elementos de identidad. A partir de aquí definiré cada uno de ellos y sus correspondientes aplicaciones.

Fases	Actividad	Material obtenido	Plazos
9	Imagotipo Símbolo Logotipo	Identificadores y referentes	22/02/12
	Construcción imagotipo		25/02/12
	Tamaño mínimo		27/02/12
	Área de respeto		01/03/12
	Colores corporativos		04/03/12
	Tipografía corporativa		14/03/12
	Tipografía compatible		16/03/12
	Tipografía escritos		18/03/12
	Normativa escritos		20/03/12
	Imagotipos secundarios		30/03/12
	Variantes del imagotipo		04/04/12
	Imagotipo sobre fondos		06/04/12
	Otros elementos de imagen		12/04/12
	Posición		14/04/12
	Usos indebido		16/04/12
10	Convivencia con otros identificadores		18/04/12
11	Tipos de papel	Aplicaciones papelería	20/04/12
	Diferentes impreso		26/04/12
	Modelo de carta		30/04/12
	Modelo de fax		04/05/12
	Modelo de factura		06/05/12
	Tarjeta de visita		08/05/12
	Modelo de sobre		10/05/12
	Modelo de carpeta		14/05/12
	Firma email		30/05/12
	Modelo menú y carta		10/06/12
	Ticket de caja		13/06/12

Fase 0:

Información y planificación

0. 1. Pliego de condiciones

0. 2. Planificación del proyecto

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa

0. 3. 2. Otras fuentes de información

0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones

0. 3. 4. Análisis del material de comunicación

0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta

0. 4. Análisis y conclusiones

Fases	Actividad		Plazos
11	Sellos de tinta	Otras aplicaciones	15/06/12
	Carta		22/06/12
	Pictogramas baños		29/06/12
	Vinilos ventanas		10/07/12
	Uniformes		16/07/12
	Vajilla		20/07/12
	Servilletas de papel		25/07/12
	Palillero		12/07/12
	Carteles indicadores		18/07/12
	Etiqueta botella vino		25/07/12
	Vinilo cámara copas frías		01/08/12
	Plato o carpeta cuenta		03/08/12
	Minuta boda		08/08/12
	Minuta bautizo		10/08/12
	Minuta comunión		12/08/12
	Dossier presentación		31/08/12
	Estandarte y lona		16/08/12
	Mantel entrega premios		20/08/12
	Photocall		24/08/12

Fases	Actividad		Plazos
11	Web	Merchandising	28/08/12
12	Reunión con empresa	Sugerencias y leves correcciones	11/07/12
	Reunión tutor escuela		12/07/12
	Elaboración del manual	Manual de Identidad Corporativa	10/08/12
13	Depósito y abono del Proyecto		04/09/12

Una vez concluido todo el proyecto volveremos a reunirnos con la empresa y con el tutor de la escuela para dar por aprobado todo el material y si es necesario realizar alguna mejora del mismo.

Fase 0:

Información y planificación

0. 1. Pliego de condiciones

0. 2. Planificación del
proyecto

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación informa-
ción y documentos empresa0. 3. 2. Otras fuentes de infor-
mación0. 3. 3. Estudio de información
recibida: conclusiones0. 3. 4. Análisis del material
de comunicación0. 3. 5. Identificación por el
público: encuesta

0. 4. Análisis y conclusiones

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación de información y documentos de la em-
presa

Historia del club

Este club de golf se fundó en 1996 con el nombre de Prados del Rey y un recorrido de nueve hoyos diseñado por Vidaor, Sardá & Saenger.

En marzo de 2000 cambió de propiedad, pasando a su actual denominación de GOLF LOS LAGOS. En 2001 se iniciaron las obras de ampliación del campo, proyecto de D. Ramón Espinosa. El recorrido de 18 hoyos entró en funcionamiento en abril de 2002.

Este club ha llegado a contar con 1000 socios, aunque actualmente la situación económica nacional se ha dejado notar y se han sufrido bajas en el último año. En estos momentos el número de socios ronda los 700.

En estos años GOLF LOS LAGOS ha albergado distintas pruebas del calendario nacional, destacando entre otras:

- CIRCUITO PEUGEOT (2003)
- PUNTUABLE NACIONAL INFANTIL (2004)
- CAMPEONATO DE ESPAÑA INTERTERRITORIAL JUNIOR (2005)
- CAMPEONATO DE ARAGÓN DE MONITORES ASISTENTES Y MAESTROS (2005)
- CAMPEONATO DE ESPAÑA INTERTERRITORIAL FEMENINO (2006)
- CAMPEONATO DE ESPAÑA JUNIOR (2007)
- CAMPEONATO DE ESPAÑA ALEVÍN (2007)
- CAMPEONATO DE ESPAÑA INTERTERRITORIAL JUNIOR (2010)

Además de los habituales del Circuito profesional, han jugado en este campo,

Jugadores de la talla de Miguel Ángel Jiménez y Sergio García, que han alabado la calidad de este campo.



Vista del campo y la Casa Club

Situación y contacto

Se encuentra situado en el Camino de Viñales de la localidad maña de Pinseque.

Su enclave es inigualable, rodeado de mucha tranquilidad, puede verse de fondo la cordillera del Moncayo.

Dirección: Camino de Viñales s/n, 50298 Pinseque (Zaragoza)

Sus Coordenadas G.P.S: Longitud: W 01° 04' 03" Latitud: N 41° 42' 55"

Teléfono: 976 61 76 13 -- 976 61 76 14

Fax: 976 61 76 11

Email: info@golfloslagos.com

Web: www.golfloslagos.com

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

Instalaciones del club

- Casa Club
- Club infantil con guardería
- Vestuarios
- Sauna
- Cuarto de palos
- Alquiler de palos
- Carros eléctricos
- Coches de golf
- Tienda
- Cafetería
- Restaurante
- Salón social
- Campo de prácticas con bunker de prácticas
- 2 Putting green
- Salón de reuniones
- Piscina
- Pista de padel
- Pista polivalente
- 5 Profesores de golf profesionales
- Ascensor y accesos paráliticos Wi-fi
- Parking
- Botiquín 1º auxilios con desfibrilador y personal formado para su manejo

Horario de verano: 8:00 - 21:00

Horario de invierno: 9:00 - 20:00



Pista de padel



Casa club y restaurante



Cafetería



Restaurante



Unos de los tres lagos que hay en el campo



Campo de prácticas

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

Plano del campo



El campo de Golf Los Lagos está constituido por 18 hoyos con par 72, en los que se puede disfrutar de un recorrido agradable con numerosos obstáculos de agua. Además de disponer de un amplio campo de prácticas, así como del putting Green.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

Trayectoria del restaurante

Cuando se fundó el club el restaurante lo componían el espacio de cafetería, un salón comedor con capacidad para 150 comensales y un salón privado de 50 m² dedicado a reuniones y comidas de empresa.

Hace unos años se remodeló la cocina para poder adaptarse al nuevo salón con capacidad para 250 comensales. La reforma del salón incluyó la construcción de un hall de entrada con guardarropa que comunica los dos salones y unos aseos para servicio del nuevo salón.

Dicho salón linda con el césped de la piscina, al que se puede acceder por unos escalones de madera, quedando a disposición de eventos en los que pueda requerirse un espacio exterior (cócteles de bienvenida, bodas civiles...)



Salón nuevo montado para comida y entrega premios

Eventos destacables

Conjuntamente club y restaurante colaboran y participan en la organización de torneos de golf benéficos, por ejemplo, todo lo recaudado en el torneo benéfico del 2011 se destinó al Cuerno de África.

Instalaciones

La cafetería consta de la zona de barra con sus correspondientes taburetes y de un salón de 50 m² equipado con mesas y sillas en el que los clientes pueden tomar sus consumiciones y que generalmente se utiliza para jugar a las cartas.

Este salón está provisto de televisión, dvd, wifi y proyector; esta equipación lo hace adecuado para su otro uso como salón de reuniones para empresas.



Cafetería



Salón para reuniones

También existe una zona en la planta superior con mesas de juego, sofás y televisión donde poder descansar. Esta zona está restringida al uso de socios y recibe el nombre de Salón Social.



Sofás del Salón social



Mesas para juego Salón social

El restaurante posee una amplia cocina con zona de fogones, cuarto frío, dos neveras y un congelador de unos 6 m² cada uno, una zona de limpieza con tren de lavado, un almacén y un office.

En el mismo espacio que la cafetería se encuentra el comedor, con capacidad para 150 comensales y desde el cual se puede acceder a través del hall al salón con capacidad para 250 comensales.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones



Salón comedor de menú del día



Salón comedor de carta y banquetes

Los jardines de la piscina pueden utilizarse para servir cócteles, recepciones, lunch y todo tipo de eventos que requieran el uso de los espacios al aire libre.



Cocktail de boda en el jardín

Horario y servicios que oferta

El horario de cafetería está condicionado por el horario de apertura del club y las necesidades de sus usuarios. Debe estar de servicio siempre que el club esté abierto, ya que el restaurante está obligado a dar servicio a socios y jugadores pertenecientes a otros clubs. Por ello amolda el horario de cocina a los requerimientos de los mismos y el fin de semana amplía su horario.

El servicio de cafetería y restaurante está abierto a clientes externos al

club y, al poseer una entrada directa desde el parking sin tener que pasar por las demás instalaciones del club, se hace posible atender servicios en horarios en el que el club está cerrado.

El estar ubicado en un entorno aislado de núcleos habitados da la posibilidad de realizar eventos en los que en otros lugares el volumen podría impedir su realización, como fiestas, bodas...

La cafetería está abierta de 8 h. a 20 h. en invierno (21h. en verano). Pudiendo consumirse en ella todo tipo de bebidas, al igual que variedad de tapas, raciones, bocadillos, sándwiches y platos combinados; siendo el horario de este servicio hasta las 16h. (ampliando media hora más este horario el fin de semana).

El restaurante oferta un menú diario de 9,80 € de lunes a viernes de 13 a 16 de la tarde. El precio incluye primero y segundo plato, postre, pan, bebidas y el IVA.

Los primeros platos siempre contienen cuatro platos a elegir, entre los que suele incluir una ensalada o entremés frío o templado, una pasta y un plato de cuchara.

Los segundos platos constan siempre de tres platos entre los que uno siempre es pescado, otro suele ser una carne a la plancha o asada y el otro un plato más elaborado como ragout, goulash u otros guisos.

El postre permite elegir entre unos siete platos entre los que siempre hay fruta del día, yogures, flan de huevo casero y los otros postres cambian cada día para ofertar variedad a nuestro cliente.

El menú intenta responder a las necesidades de sus clientes ofertándoles variedad y comida sana, permitiendo elegir entre sus platos una dieta equilibrada para aquellos que necesitan cuidar su alimentación. Los aspectos más valorados por los clientes son la calidad de los alimentos y la elaboración casera de los mismos, lo que ayuda a los que se ven obligados a comer fuera de casa cada día a sentirse como en ella.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

0. 3. 2. Otras fuentes de información

Manuales de Identidad consultados

- Universidad San Jorge.
- Gobierno de Aragón
- Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes
- Deporte universitario de Madrid
- Universidad de Valladolid
- La Naranja Creativa
- Cai
- Ibercaja
- Universidad de León
- Universidad del Norte
- Junta de Andalucía
- EUITZ

Manuales teóricos consultados

- Tema "Identidad corporativa" según el profesor Gabriel Olamendi (www.estoesmarketing.com)
- "Imagen corporativa" por Josea Paez (www.monografías.com)
- "Manual de imagen corporativa y guías de estilo" (www.soluciopc.com)
- "El Manual de Estilo Corporativo y las Guías de Estilo" (www.promo-denda.com)
- "Imagen corporativa" (www.wikipedia.org)
- "Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del siglo XXI por Juan Costa Solá Segales, fundador y presidente de Consultoría en Imagen y Comunicación Corporativa (CIAC Internacional) (www.cem.itesm.mx)

0. 3. 3. Estudio información recibida

Conclusiones

Tras el estudio de la información recibida por el restaurante y una vez sintetizada dicha información en este dossier, podemos redactar una serie de conclusiones.

- Apparently el perfil de usuario del club no es el mismo del usuario del restaurante.
- El restaurante debe satisfacer las necesidades del socio del club y a su vez dar servicio a sus clientes ajenos al club.
- La empresa oferta todo tipo de servicios culinarios, por lo que para el interés de nuestro manual debemos tener en cuenta que no posee un cliente determinado. Es importante adaptarse a todos los clientes: socios del club, trabajadores de los polígonos cercanos, familias que comen en restaurante los fines de semana, ciudadanos de pueblos cercanos que celebran allí banquetes...

Teniendo esto en cuenta podremos definir dos perfiles de cliente habitual:

Del restaurante (aquél que come en el restaurante a diario): No socio, trabajador por cuenta ajena.

De la cafetería: Socio del club, trabajador por cuenta propia.

- Se trata de una empresa versátil y dinámica, capaz de adaptarse a cualquier necesidad que demande el cliente.

- Posee todo lo necesario para dar cualquier tipo de servicio. Tanto en instalaciones, como en personal o en género.

- Empresa en continua evolución. La cocina está en constante búsqueda de nuevos platos y tendencias culinarias.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

0. 3. 4. Análisis material de comunicación

Desde que los actuales encargados del restaurante se hicieron cargo del mismo, éste ha ido evolucionando y para ello aumentando su oferta de servicios. Siempre han buscado la ampliación del campo de actuación para poder abarcar un mercado más amplio y poder desarrollar servicios más completos.

De manera progresiva se han adquirido nuevas instalaciones y útiles para hostelería que han ido dotando de confort cada servicio, de forma que en la actualidad sus clientes han llegado a decir que no tiene nada que envidiar a restaurantes de renombrada fama.

El restaurante del Club de Golf Los Lagos no es muy conocido a nivel externo del club, aunque sus encargados actuales son conocidos por los pueblos de los alrededores por haber brindado un servicio satisfactorio en alguno de sus anteriores negocios. Es por ello que estos vecinos que he mencionado tienen presente este restaurante para celebrar sus fiestas y banquetes.

Sus clientes de diario suelen ser trabajadores de empresas de alrededor, cuya fidelización como clientes se consigue con la calidad del servicio diario.

Del trabajo de investigación realizado hasta el momento he elaborado el siguiente índice para el Manual de Identidad, considerando posibles cambios durante la evolución del mismo:

Presentación

Identificadores y referentes

- Imagotipo
 - Construcción del Imagotipo
 - Tamaño mínimo
 - Área de respeto
- Colores corporativos
- Tipografía corporativa
 - Tipografía compatible
 - Tipografía escritos

- Normativa escritos
- Imagotipos secundarios
- Variantes del imagotipo
- Imagotipos sobre fondos
- Otros elementos de imagen

Convivencia con otros identificadores

Aplicaciones

- Papelería
 - Tipos de papel
 - Modelo de carta
 - Modelo de Fax
 - Modelo de tarjetas de visita
 - Modelo de sobre
 - Modelo de carpeta
 - Modelo de carátula de CDs
- En la Web
- Sellos de tinta
- Placa y cartel exterior
- Photocall

Fase 0:

Información y planificación

0. 1. Pliego de condiciones

0. 2. Planificación del

proyecto

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación informa-
ción y documentos empresa0. 3. 2. Otras fuentes de infor-
mación0. 3. 3. Estudio de información
recibida: conclusiones0. 3. 4. Análisis del material
de comunicación0. 3. 5. Identificación por el
público: encuesta

0. 4. Análisis y conclusiones

0. 3. 5. Identificación por el público

Elaboración de una encuesta

Con la intención de saber en qué grado es frecuentado el restaurante y cómo lo valora el público he pensado en la elaboración de una encuesta.

Realizando la encuesta a 140 personas de diferentes edades a la salida del club, espero poder sacar una idea concluyente con respecto a cuál es el usuario habitual del Restaurante Golf Los Lagos y que valoración merece.

Para obtener unos resultados más reales se ha realizado la encuesta a 20 personas cada día durante una semana.

Modelo de encuesta

Hola, estamos realizando una encuesta para conocer el grado de satisfacción sobre los restaurantes de Zaragoza. ¿Sería tan amable de respondernos a unas preguntas?

1. ¿Con qué frecuencia come Ud. de restaurante?

- ☐ Todos los días
- ☐ Los días laborables
- ☐ 2-3 veces por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ Ocasionalmente

2. ¿Cuándo es más habitual que coma Ud. de restaurante?

- ☐ Entre semana
- ☐ Los fines de semana
- ☐ Indistintamente

3. ¿Cuál es el motivo habitual por el que come Ud. de restaurante?

- ☐ Motivos laborales
- ☐ Celebraciones
- ☐ Por placer
- ☐ Por falta de tiempo
- ☐ Otros _____

4. Ordene los siguientes aspectos de menos importante a más importante en un restaurante, si considera que falta alguno más importante puede añadirlo en otros:

- ___ Calidad de la comida
- ___ Limpieza
- ___ Servicio
- ___ Variedad de menú
- ___ Localización
- ___ Otros _____

5. ¿Ha comido alguna vez en el Restaurante Golf Los Lagos?

- ☐ Si
- ☐ No

6. ¿Es Ud. socio del Club de Golf Los Lagos?

- ☐ Si
- ☐ No

7. ¿Con qué frecuencia come Ud. en el Restaurante Golf Los Lagos?

- ☐ Todos los días
- ☐ Los días laborables

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

- ☐ 2-3 veces por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ Ocasionalmente

8. ¿Cuándo es más habitual que coma Ud. en el Restaurante Golf Los Lagos?

- ☐ Entre semana
- ☐ Los fines de semana
- ☐ Indistintamente

9. ¿Cuál es el motivo habitual por el que come Ud. en el Restaurante Golf Los Lagos?

- ☐ Motivos laborales
- ☐ Celebraciones
- ☐ Por placer
- ☐ Por falta de tiempo
- ☐ Otros _____

10. Valore del 1 al 6 (siendo 1 "muy poco importante" y 6 "muy importante") los siguientes aspectos en el Restaurante Golf Los Lagos, si considera que falta alguno más importante puede añadirlo en otros:

- ___ Calidad de la comida
- ___ Limpieza
- ___ Servicio
- ___ Variedad de menú
- ___ Localización
- ___ Otros _____

PERFIL DEL ENCUESTADO:

SEXO:

- ☐ M
- ☐ F

EDAD:

- ☐ 18-30 AÑOS
- ☐ 31-45 AÑOS
- ☐ 45-60 AÑOS
- ☐ + DE 60 AÑOS

OCUPACIÓN:

- ☐ TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA
- ☐ TRABAJADOR POR CUENTA AJENA
- ☐ AMA DE CASA
- ☐ ESTUDIANTE
- ☐ PARADO
- ☐ JUBILADO

ESTADO CIVIL:

- ☐ SOLTERO
- ☐ CASADO
- ☐ DIVORCIADO
- ☐ VIUDO

Muchas gracias por su tiempo.

Fase 0:

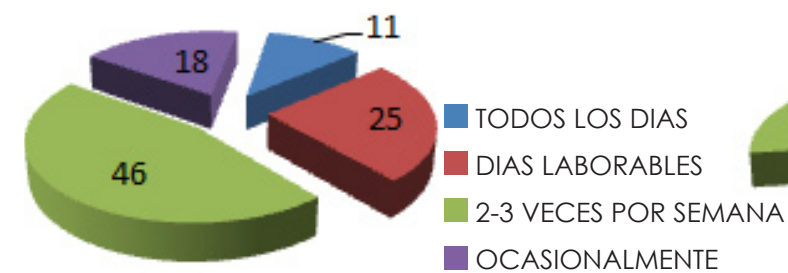
Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

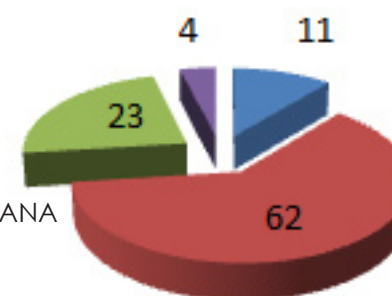
Resultados de la encuesta (%)

Preguntas 1 y 7: ¿Con qué frecuencia come Ud...

...de restaurante?

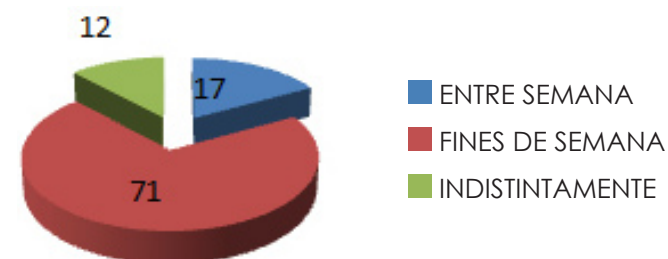


...en el Restaurante Golf Los Lagos?

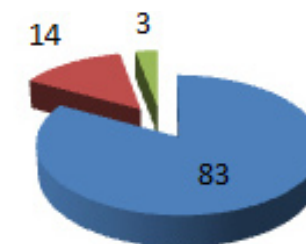


Preguntas 2 y 8: ¿Cuándo es más habitual que coma Ud...

...de restaurante?

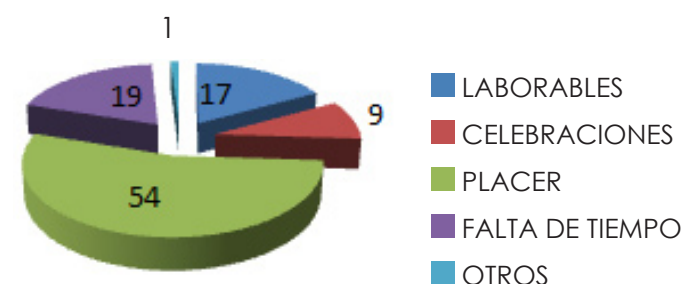


...en el Restaurante Golf Los Lagos?

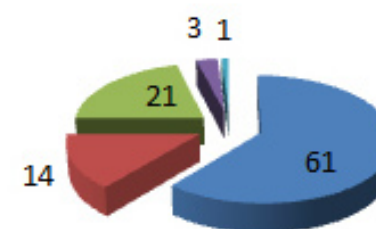


Preguntas 3 y 9: ¿Cuál es el motivo habitual por el que come Ud...

...de restaurante?



...en el Restaurante Golf Los Lagos?



Preguntas 4 y 10: Ordene los siguientes aspectos de menos importante a más importante, si considera que falta alguno más importante puede añadirlo en otros...

...en un restaurante:



...en en el Restaurante Golf Los Lagos:



Fase 0:

Información y planificación

0. 1. Pliego de condiciones

0. 2. Planificación del proyecto

0. 3. Información

0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa

0. 3. 2. Otras fuentes de información

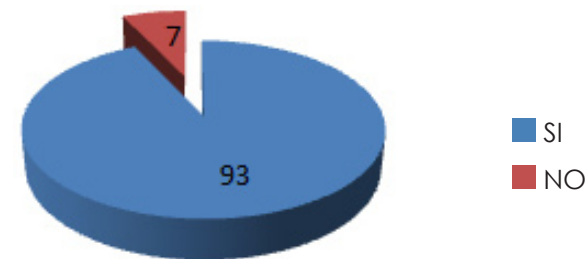
0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones

0. 3. 4. Análisis del material de comunicación

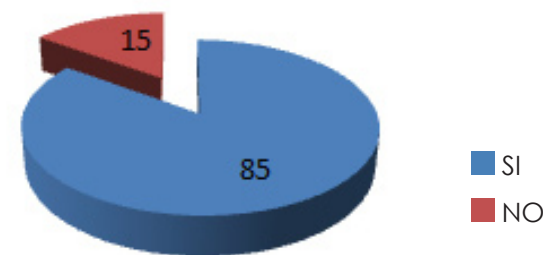
0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta

0. 4. Análisis y conclusiones

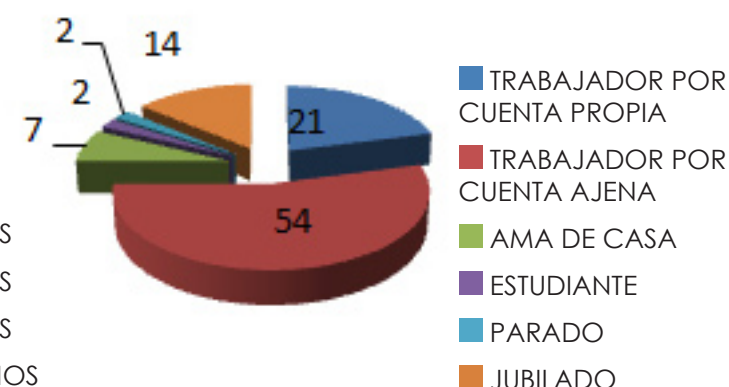
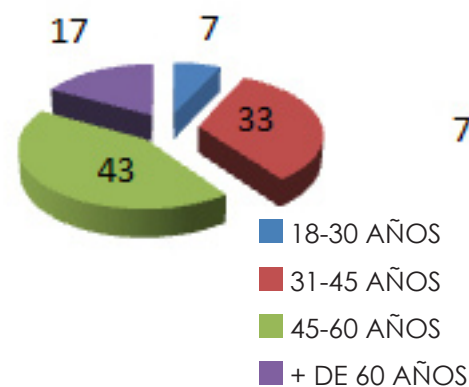
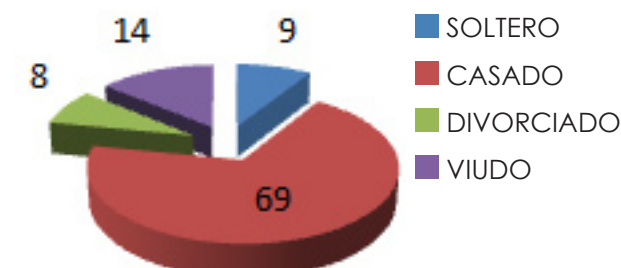
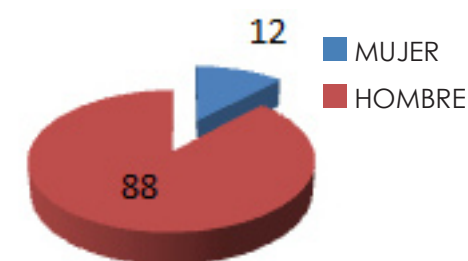
Preguntas 5: ¿Ha comido alguna vez en el Restaurante Golf Los Lagos?



Preguntas 6: ¿Es Ud. socio del Club de Golf Los Lagos?



PERFIL DEL ENCUESTADO



Conclusiones de la encuesta

A la vista de los resultados que nos arroja la encuesta se puede concluir principalmente que existe ciertas discrepancias entre el usuario habitual de un restaurante en general y el usuario específico del Restaurante Golf Los Lagos:

- La frecuencia de ir a un restaurante es dos o tres veces por semana mientras que en el Restaurante Golf Los Lagos mayoritariamente se come los días laborables, esto se explica por el elevado número de trabajadores de los polígonos cercanos que hacen uso del restaurante para su comida diaria.

- En la misma línea se mueven las conclusiones de la segunda y tercera pregunta, esto es que al contrario del Restaurante Golf Los Lagos los restaurantes habitualmente tienen un elevado número de usuarios de fines de semana y el motivo principal es visitar el restaurante por placer y no por razones laborales.

- Más cercano se encuentra el orden de los aspectos considerados importantes a la hora de valorar un restaurante ya que en todos los casos prima sobre cualquier otra cosa la calidad de la comida. Ahora bien, debido a que como se ve el usuario del Restaurante Golf Los Lagos repite con mucha asiduidad, el segundo aspecto a considerar en este caso es la variedad de menú. Por lo que se concluye que para satisfacer al usuario habitual del Restaurante Golf Los Lagos se tendrá que ofrecer un menú por supuesto de calidad pero también variado, sin descuidar indiscutiblemente otros aspectos importantes para los usuarios como son la limpieza o un buen servicio.

Finalmente para definir el perfil del usuario habitual del Restaurante Golf Los Lagos he seleccionado aquellos que han respondido afirmativamente a la pregunta 5. Se puede concluir entonces que el cliente del restaurante es un varón de mediana-avanzada edad, trabajador por cuenta ajena y casado.

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

0. 4. Análisis y conclusiones

Tras la recopilación de información, la síntesis realizada en este dossier y las conclusiones maduradas en él, podemos dar por concluida la etapa de información y planificación de la que hablábamos en el pliego de condiciones.

Ahora debemos poner todo lo analizado hasta el momento en común con la empresa para saber si están de acuerdo con dar por concluida esta etapa y pasar a la etapa de diseño gráfico, creación y desarrollo.

La conclusión global de toda esta primera etapa podría definirse como:

El Restaurante Golf Los Lagos es un restaurante con gran experiencia y cocina actual en continua renovación. Capaz de desempeñar íntegramente cualquier servicio dentro del mundo de la restauración.

Considero importante la realización de un informe en el que se refleje la imagen que hemos adoptado de la empresa a partir de todo el trabajo de investigación, el trabajo a realizar y como se ha llegado hasta él. Este informe será muy importante en la reunión que va a tener lugar con la empresa para presentarle la evolución del proyecto y que la empresa nos verifique que están de acuerdo con nuestro enfoque hasta el momento.

Informe

Identidad de la empresa

El Restaurante Golf Los Lagos es una cafetería-restaurante abierta a todo el público que requiera de un servicio de restauración, desde un café hasta un banquete de boda.

Aunque está abierto para todo el público, es un servicio que oferta el club a sus socios en el que pueden disfrutar de cafetería y restaurante, por lo que siempre que el club esté abierto debe atender a cualquier socio. También puede dar servicio en horario en el que el club está cerrado, ya que posee acceso directo desde el parking.

Posee unas interesantes instalaciones para la celebración de eventos, ya que los exteriores son bonitos y los salones adecuados para los servi-

cios que se ofertan, siendo funcional y cómodo el de menú, y cálido y acogedor el salón destinado a banquetes y celebraciones.

Nombre de la empresa

El Restaurante Golf Los Lagos no posee hasta el momento nombre propio. Hemos empezado a llamarlo así en este manual. Es reconocido por el cliente como "el restaurante del Club de Golf Los Lagos" o más coloquialmente "el golf", pero carece de identidad propia.

Se podrían barajar otros nombres como podría ser Hoyo 9 por ejemplo. Se me ocurre este nombre porque la empresa que actualmente lo gestiona se llama Hoyo 9 Hostelería y sobretodo porque para el diseño del edificio en que se aloja el restaurante el arquitecto se inspiró en un hoyo de un green, de ahí su parte central redondeada.

La idea anterior la hemos descartado porque el restaurante pertenece al club y no puede apropiarse por ninguna empresa gestora. Por esta razón creemos que lo correcto será referirnos al mismo como Restaurante Golf Los Lagos.

Logotipo

Al igual que no posee nombre propio, carece de identidad propia. Es por ello que en esta memoria voy a diseñar un logo para el restaurante. El cual debe ser una imagen nueva que transmita los valores que caracterizan al restaurante.

Ha de ser una imagen nueva, pero tal y como nos ha encargado la empresa, debe seguir una línea en común con la imagen del club, ya que forma parte del mismo. Para ello podré respetar algún elemento del logo del club o rediseñar parte del mismo para aplicarlo al nuevo logo. Debo estudiar todas las combinaciones hasta llegar al logo apropiado para el restaurante.

Respecto al color y la tipografía estudiaré diferentes alternativas. Debo hacer que se corresponda la imagen de la empresa con los valores que ésta quiere transmitir.

Presentaremos variaciones del color del imagotipo según el soporte en el que se va a encontrar.

Más logotipos

Fase 0:

Información y planificación

- 0. 1. Pliego de condiciones
- 0. 2. Planificación del proyecto
- 0. 3. Información
 - 0. 3. 1. Recopilación información y documentos empresa
 - 0. 3. 2. Otras fuentes de información
 - 0. 3. 3. Estudio de información recibida: conclusiones
 - 0. 3. 4. Análisis del material de comunicación
 - 0. 3. 5. Identificación por el público: encuesta
- 0. 4. Análisis y conclusiones

Debo estudiar la convivencia del nuevo logo con el logo del club.

Si es posible su aparición conjunta o si se empleará un elemento que tengan en común ambos.

Si han de aparecer ambos juntos, cuál será la jerarquía según el uso para el que se van a aplicar.

Si van a convivir con otros logos de patrocinadores, marcas..., cómo deberán colocarse.

En qué gamas de color podrán aparecer.

Cosas que mantener

El club se ha forjado una identidad en varios status de la sociedad, por lo que se conocen sus instalaciones y servicios, entre los que está el restaurante. Por otro lado, gracias a su trayectoria de trabajo, el personal del restaurante se ha ganado un reconocimiento por parte de sus clientes. Son estas dos identidades las que debe reflejar el logo para que los clientes sepan identificarlo.

Se debe mantener sobretodo una línea de diseño común con el logo del club.

Presentación de la evolución a la empresa

La empresa se encuentra de acuerdo con las conclusiones obtenidas en este dossier y con la imagen de ella que en él estamos reflejando.

Quieren insistir en que poseen una gran diversidad de clientes y por lo tanto saben que es difícil llegar a todos con una imagen. Son conscientes de que no se reconozca al restaurante más allá de las cercanías del club.

Creen importante que tengamos claro que siendo unidades de negocio diferentes, están coordinadas entre sí; club y restaurante deben entenderse juntos. Debe quedar claro que aunque tenga oportunidades de negocio ajenas al club, el restaurante forma parte del club de golf.

También han querido aclarar que aunque están al servicio de todo tipo de público, son una empresa cuyo cliente suelen ser trabajadores de empresas vecinas y los socios del club. Y que el servicio que más traba-

jan es el menú diario. Queriendo que la nueva imagen del restaurante ayude a incentivar las demás áreas de negocio, en especial los banquetes de boda.

Aclarando todo esto, damos por satisfactorio el trabajo realizado hasta el momento.

Fase 0:

Información y planificación

Fase 1:

Creación de la imagen

Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:

Diseño de la página web

Fase 1: Creación de la imagen24

1. 1. Proceso creativo25

1. 2. Estudio imagen competencia26

1. 3. Evolución de alternativas28

1. 3. 1. Referentes28

1. 3. 2. Primeros bocetos29

1. 3. 3. Posibles soluciones31

1. 3. 4. Evolución posibles soluciones31

1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa35

1. 4. Presentación del imagotipo37

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles

soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imago tipo

1. 1. Proceso creativo

Este apartado de la memoria lo voy a dedicar a explicar la evolución del proceso creativo. Para iniciar el trabajo de búsqueda de soluciones gráficas considero interesante poner en práctica alguna técnica para generar ideas. Una lluvia de ideas (brainstorming) con la plantilla del restaurante parece una buena idea.

Lluvia de ideas

Les planteo a la plantilla del restaurante el realizar una lluvia de ideas y todos parecen encantados de poder ayudar en el proceso creativo.

Tras explicarles en qué consiste, les insisto en que debemos tener la mente abierta y no criticar ninguna de las ideas, al igual que no debemos censurar ninguna de nuestras propias ideas.

Haciendo de moderadora, iré escribiendo todas las ideas en una pizarra que hay en la cocina del restaurante.

Les propongo que expresen todas las ideas, palabras, valores... que crean que debe transmitir el logo del restaurante o todo lo que les venga a la cabeza cuando piensan en el restaurante Golf Los Lagos.

Este fue el resultado:

Comida - Calidad - Servicio - Trabajo - Esfuerzo - Atención - Hoyo - Clase - Césped - Dinero - Status - Palo de golf - Estilo - Trabajo - Perolas - Diseño - Elegancia - Polígono - Menú - Primeras marcas - Cuchara - Divertimiento - Fiesta - Vermout - Etiqueta - Rutina - Pantalón de cuadros - Celebración - Familia - Pelotas - Esfuerzo - Elegancia - Negocios - Fiesta - Comida casera - Sofisticación - Superación - Empresarios - Pelota - Encuentro - Innovación - Reunión - Confianza - Trato cercano - Práctica - Dedicación - Competitivo - Gintonic - Exclusivismo - Entretenimiento - Cercanía - Compromiso con el cliente - Respetuosa - Tolerante - Normas - Respeto - Ocurrente - Resolutiva - Original - Moderna - Valor - Poder

Conclusiones de la lluvia de ideas

De este ejercicio realizado con la plantilla del restaurante he podido sacar las siguientes conclusiones:

- Cada miembro de la plantilla tiene una visión distinta del restaurante

dependiendo de su función y cargo.

- En general parece que todos consideran que un restaurante debe identificarse con símbolos de útiles del mismo.

- Los valores que parece representar el restaurante son siempre positivos y de calidad.

- Se reitera en el status social alto tanto de los socios como el que gusta a los no socios al ir a comer a un local de estas características.

- La plantilla se define como competitiva y eficiente. (Cuentan varias anécdotas en las que han salido airoso de situaciones muy complicadas)

Me gustaría destacar en este punto que el ejercicio ha sido muy positivo a la hora de acercarme a su pensamiento y a su conocimiento sobre el restaurante.

De esta experiencia he podido sacar la conclusión de que el equipo de trabajo del restaurante parecen como una familia y también he visto cierta complicidad con algunos clientes, por lo que he podido corroborar por mi misma el trato cercano que ofrecen.

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa

1. 4. Presentación del imago tipo

1. 2. Estudio imagen competencia

A fin de estudiar soluciones gráficas existentes he hecho una clasificación de diferentes logos de restaurantes existentes.

Primero he querido diferenciar los restaurantes que pertenecen a un club de golf de los que no.

Tras una fase de búsqueda de logos de restaurantes que pertenezcan a clubs de golf he realizado la siguiente clasificación:

- Grupo 1: Los que utilizan el mismo logo para club y restaurante.
- Grupo 2: Los que utilizan un logo completamente diferente.
- Grupo 3: Los que el poseen algún punto de conexión entre ambos.

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo
1. 2. Estudio imagen
- competencia
1. 3. Evolución de alternativas
1. 3. 1. Referentes
1. 3. 2. Primeros bocetos
1. 3. 3. Posibles soluciones
1. 3. 4. Evolución posibles
- soluciones
1. 3. 5. Desarrollo de la
- alternativa
1. 4. Presentación del
- imagotipo

Después de analizar un gran número de logos de restaurantes he realizado la siguiente clasificación en la que se pueden englobar todos:

- Grupo 1: los que han generado el logo a través de la transformación de una tipografía. Ya sea personalizando una tipografía o transformando parte de ella para poder ser utilizada como símbolo en otras aplicaciones.

- Grupo 2: los que integran la aplicación de una tipografía con una imagen. En la mayoría de logotipos de este grupo podemos observar que son pequeños elementos gráficos colocados en lugares estratégicos los que modifican la tipografía convirtiéndola en una imagen personalizada

- Grupo 3: los que el elemento principal del logo es una imagen. En algunos es tan diferenciada la importancia de la imagen que el nombre del restaurante queda en un segundo plano.

- Grupo 4: dentro de los que corresponderían al grupo tres, considero importante por su gran número, hacer un grupo independiente para los que la imagen corresponde a un elemento arquitectónico.

Considero adecuado hacer unas breves conclusiones de este apartado para tener en cuenta a la hora de diseñar el imagotipo:

- Me resulta más personal aquel logo en el que hay alguna imagen o elemento gráfico.
- Si se emplea sólo tipografía debo transformarla de forma que sea fácilmente identificable y se relacione con el restaurante.



- Si desarrollo una imagen o un elemento gráfico que va a tener un gran peso dentro de la globalidad del imagotipo deberé tener en cuenta que el imagotipo lo formen símbolo (elemento gráfico) y logotipo (nombre del restaurante), siendo ambos independientes para aparecer en otras aplicaciones.

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles
soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imagotipo

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

Tras los métodos creativos utilizados hasta el momento creo oportuno analizar las diferentes ideas que voy definiendo para realizar las posibles soluciones visuales.

He barajado varias ideas como referentes en los que basar la búsqueda de la imagen del restaurante. A continuación los voy a exponer comentando por qué los he considerado, la sensación que transmiten y por qué he considerado que no debía desarrollarlos como solución visual.

Plato:

¿Por qué?	Para utilizar un elemento culinario que además se integra perfectamente con la forma circular del logo del club de golf. Es muy fácilmente identificable: plato=restaurante
Sensación	Tradición Habitual Comida casera
¿Por qué no?	Considero que es un recurso demasiado utilizado para imágenes de restaurantes y que no se corresponde a la imagen que queremos transmitir del restaurante por ser demasiado cotidiana y poco distinguida.

Elemento LL:

¿Por qué?	Para crear un elemento que sirva de nexo de unión con el logo actual del club de golf.
Sensación	Tipografía clásica Elegante Relación con Club Los Lagos
¿Por qué no?	Porque el elemento, tal y como es actualmente lo considero un poco clásico, aún así no lo descarto.

Agua:

¿Por qué?	Me parece interesante introducir el agua en el diseño de la imagen del restaurante ya que el club se llama Los Lagos
Sensación	Movimiento Dinamismo Reflejo Fluidez
¿Por qué no?	La idea me parece que puede ser utilizada como un elemento dentro de la imagen, pero creo que no es adecuado basar integralmente la imagen del restaurante en este referente ya que considero que no resultaría identificativo.

Edificio:

¿Por qué?	Me parece interesante introducir el agua en el diseño de la imagen del restaurante ya que el club se llama Los Lagos
Sensación	Solidez, perpetuidad Personalidad, exclusivo Orientación, localización Identificación
¿Por qué no?	Como he concluido en el análisis de la imagen de la competencia, un gran número están basados en elementos arquitectónicos, así que podemos considerarlo un recurso muy utilizado. Pero por otro lado dota a la imagen de un gran componente personal, propio, resulta muy identificativo; además el edificio donde se aloja el restaurante tiene un diseño muy especial, que puede hacerlo interesante como imagen del mismo.

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternati-vas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa

1. 4. Presentación del imago tipo

Campo:

¿Por qué?	Puede que obtenga una buena solución visual integrando en la imagen del restaurante el campo de golf, ya que existe una relación muy estrecha entre ambos. Debemos recordar que en las condiciones que pone la empresa dan mucha importancia a que deje claro que el restaurante es parte del club.
Sensación	Grandeza, inmensidad Horizonte, continuidad infinita Status social alto
¿Por qué no?	No me parece identificativo para un restaurante, sí para un club de golf, pero para utilizar este referente debe integrarse en una composición que nos diga que hay un restaurante en medio de este paraje.

Pelota golf o palo:

¿Por qué?	Lo veo como una posibilidad por el gran empeño que muestra la empresa en que dejemos claro en la imagen que el restaurante pertenece al club de golf. Podría estudiar la integración de estos elementos con útiles culinarios, como transformar un plato el pelota de golf o un palo en cucharón.
Sensación	Juego visual Obviedad Status social alto
¿Por qué no?	No me parece identificativo para un restaurante, sí para un club de golf, pero para utilizar este referente debe integrarse en una composición que nos diga que hay un restaurante en medio de este paraje.

1. 3. 2. Primeros bocetos

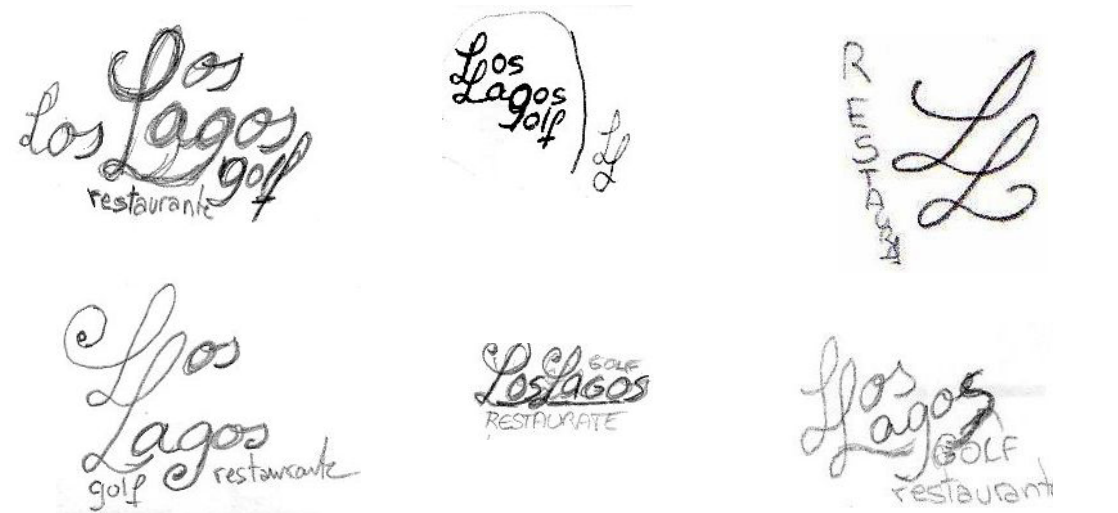
En este apartado voy a mostrar los primeros bocetos elaborados a lápiz y papel, en un ejercicio de búsqueda de formas visuales que pudieran ser el comienzo para la búsqueda de la imagen.

Este ejercicio está basado en los referentes del ejercicio anterior, añadiendo un apartado de "otros" para formas que surgieron durante el ejercicio.

Plato u otros útiles culinarios y pelota de golf o palo:



Elemento LL:

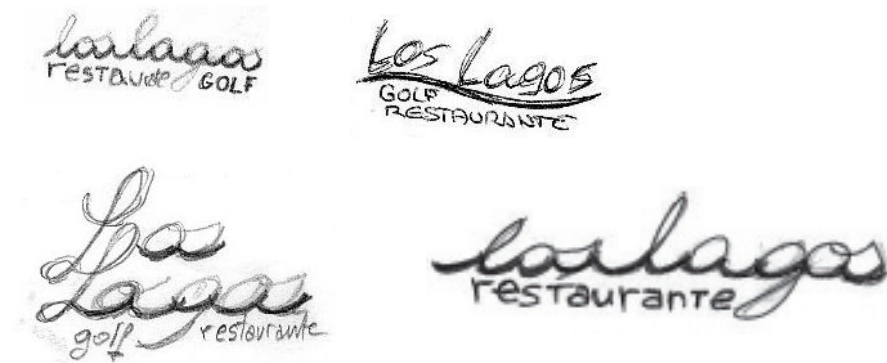


Fase 1:

Creación de la imagen

- 1. 1. Proceso creativo
- 1. 2. Estudio imagen
- competencia
- 1. 3. Evolución de alternativas
- 1. 3. 1. Referentes
- 1. 3. 2. Primeros bocetos
- 1. 3. 3. Posibles soluciones
- 1. 3. 4. Evolución posibles soluciones
- 1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa
- 1. 4. Presentación del imago tipo

Agua:



Campo:



Otros:



Edificio:



Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles
soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imago tipo

1. 3. 3. Posibles soluciones

Una vez realizados bocetos, me planteo como posibles soluciones visuales tres ideas las cuales desarrollaré para poder valorar si pueden ser la nueva imagen del Restaurante Golf Los Lagos.

Las tres ideas que considero que debo seguir desarrollando son:

Elemento LL:

Parece un buen camino el intentar introducir el elemento de "doble L" que utiliza el club como símbolo en muchas aplicaciones, de este modo encontraría el nexo de unión entre la imagen del club y la del restaurante, aunque considero que es posible que debiera cambiarlo un poco para adecuarlo más a la imagen moderna que quiero conseguir, ya que el símbolo del club me resulta un tanto clásico.

Agua:

Creo que es muy representativa del nombre del club (los lagos) puede dar formas muy interesantes ya que si se consigue una solución adecuada, el agua puede transmitir movimiento dinamismo y es muy interesante que se reflejen estos factores en una imagen estética. Se podría jugar además de con el movimiento de las olas que transmite el agua con otra propiedad del mismo, el reflejo.

Edificio:

Considero que debo seguir desarrollando esta idea porque me parece muy importante que la imagen sea única, que esté directamente relacionada con este restaurante y que no pudiese usarse como imagen de otro. Creo que debo darle mucha importancia a buscar soluciones que consigan una adecuada identificación del logo con el restaurante, además de enfatizar con esta solución el factor de exclusivismo que tienen esta clase de clubes.

Además de encontrar una solución con estos referentes es importante, mediante el desarrollo de las alternativas, definir qué elementos debe integrar la imagen, como pueden ser las palabras "golf" y "restaurante".

1. 3. 4. Evolución de las posibles soluciones

Elemento LL:

Son muchas las variantes que he hecho basándome en el elemento que utiliza el club como símbolo, aunque modificándolo ligeramente o buscando el crear unas "Ls" nuevas. Algunos ejemplos son los siguientes:



No he conseguido ninguna solución que realmente me lleve a continuar por este camino, creo que la imagen del restaurante debe ser algo más que una composición de tipografías. Según mi parecer necesita un elemento con carácter y diferenciación que muestre la personalidad que se merecen tanto el Restaurante como el Club.

Fase 1:

Creación de la imagen

- 1. 1. Proceso creativo
- 1. 2. Estudio imagen
- competencia
- 1. 3. Evolución de alternativas
- 1. 3. 1. Referentes
- 1. 3. 2. Primeros bocetos
- 1. 3. 3. Posibles soluciones
- 1. 3. 4. Evolución posibles soluciones
- 1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa
- 1. 4. Presentación del imago tipo

Agua:

Es la propia tipografía la que va creando las formas del agua como olas y quiero reforzar este movimiento con un trazado en forma de olas que se integre perfectamente con la tipografía pareciendo la base de ella misma.

He utilizado un degradado que se funda por arriba y por abajo para intentar crear un efecto de reflejo.

Los Lagos
restaurante golf

Esta solución aporta también la posibilidad de utilizar el símbolo del club como nexo de unión con esta imagen ya que utiliza las mismas "Ls".

L

También estudio la posibilidad de respetar sus colores corporativos.

Los Lagos
restaurante golf



Edificio:

Creo que debo encontrar una solución en la que se identifique el edificio real en el que se aloja el restaurante, pero deberían ser formas muy esquemáticas, elementos sencillos que doten a la imagen de modernidad. En principio continuo intentando integrar el símbolo del club. El desarrollo de esta alternativa puede verse en estos bocetos:

Los Lagos
restaurante golf

L
restaurante golf

Los Lagos
restaurante golf

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles
soluciones1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa1. 4. Presentación del
imago tipo

En este desarrollo puede observarse como intento llegar a la representación esquemática del edificio, intento integrar el símbolo del club e introduzco un elemento nuevo que es una línea de terreno sobre la que se asienta el edificio que podría representar las elevaciones de terreno existentes en un campo de golf y además la forma de este elemento evoca levemente el movimiento del agua.

Sigo considerando que debo integrar las palabras "golf" y "restaurante" porque le añaden más identidad a la imagen y la palabra "golf" siempre va acompañada de un valor añadido de calidad.

Como evoluciona la alternativa voy considerando que estas palabras deben disminuir de tamaño ya que su peso de importancia en la imagen debe ser menor.

Queda totalmente definido que los elementos que deben aparecer en la imagen del restaurante son los que aparecen en esta alternativa.

El desarrollo de esta alternativa me ha llevado a nuevas formas como puede observarse en estos dos ejemplos:



Parece que he encontrado una solución visual que empieza a gustarme.

Creo que esta es la línea más acorde a la imagen que queremos transmitir del restaurante, tanto la empresa como yo.

El edificio empieza a tener más fuerza y personalidad.

La búsqueda de la tipografía adecuada considero que debe encaminarse más hacia una tipografía en la que podamos integrar las "Ls" que actualmente utiliza el club como símbolo, pero con matices más modernos.

La tipografía empleada en este último ejemplo para "Los Lagos" me parece un buen punto de partida. Creo que se integra muy bien con las "ls" y me gustan las formas redondeadas que me recuerdan ligeramente las olas de un lago.

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles

soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imago tipo

Son diferentes las soluciones que encontramos para esta composición:



En esta solución considero que el nombre no se integra con el resto de la imagen.



Aquí estoy probando que resultado visual puedo obtener poniendo el nombre en la misma posición que aparece en el logo del Club.



Esta solución intenta evocar a un green mediante el elemento verde.



En esta alternativa vuelvo a introducir el elemento del terreno consiguiendo una interesante composición, aunque resulta un poco ahogada, creo que debo encontrar una solución más limpia y con más aire; y quitar el pico que sale por el lado derecho del edificio.



Esta parece la nueva línea de búsqueda que me llevará a la solución visual adecuada. Se ve una composición más ordenada y proporcionada. Aún así parece que el edificio esté inacabado por la parte izquierda.

Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles
soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imago tipo

1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa

La que se muestra a continuación es la solución que he encontrado para la imagen del Restaurante Club de Golf Los Lagos.



A diferencia de las imágenes presentadas durante su evolución podemos observar que el edificio se muestra acabado por el lado derecho.

Observando esta solución creo conveniente enderezar el edificio y decidir cuál será la tipografía adecuada. La tipografía del nombre me parece la solución adecuada para esa aplicación ya que he podido aprovechar todo el estudio realizado para la alternativa del agua.

De este modo he conseguido integrar perfectamente una tipografía con las "L" que utiliza el Club como símbolo pareciendo la misma tipografía. Ofrece claridad y consigo la simulación de olas con la propia forma de la base del nombre.

He realizado los siguientes cambios para conseguir la imagen final:

- Enderezar el edificio y acabar las columnas para que todas acaben alineadas con el elemento en forma de "C" invertida de la derecha.

- Mediante guías horizontales, dejar el mismo espacio entre el edificio con el punto más alto de la "s", "los lagos" con la línea horizontal y la línea horizontal con "restaurante" y "golf".

- Mediante guías verticales, alinear el edificio con el logo y la línea horizontal.

- Partir línea horizontal de forma que no corte la "g" de "Los Lagos".

- Centrar "restaurante" y "golf" respecto a su correspondiente segmento de línea horizontal.



Considero conveniente hacer un estudio de diferentes tipografías para las palabras "restaurante" y "golf" ya que la tipografía utilizada hasta el momento no me parece la más adecuada ya que, aunque sea una tipografía muy clara y que puede encajar para un restaurante, en conjunto no creo que se integre bien con el resto de la imagen. Creo que debo encontrar una fuente que sea más redondeada, para que se integre más con la utilizada en "Los Lagos", y que además sea idónea para utilizarla como tipografía corporativa para escritos.

Tras realizar numerosas pruebas con tipografías diferentes, de las que

Fase 1:

Creación de la imagen

- 1. 1. Proceso creativo
- 1. 2. Estudio imagen
- competencia
- 1. 3. Evolución de alternativas
- 1. 3. 1. Referentes
- 1. 3. 2. Primeros bocetos
- 1. 3. 3. Posibles soluciones
- 1. 3. 4. Evolución posibles soluciones
- 1. 3. 5. Desarrollo de la alternativa
- 1. 4. Presentación del imagotipo

aquí muestro unos ejemplos, considero haber encontrado la tipografía que estaba buscando.

He probado primero con la misma tipografía que he utilizado para el logo y con una del mismo estilo, que parece escrita a mano con formas redondeadas.

Annabel Script



French Script MT



No me parece una buena solución visual, además de que como tipografía corporativa no me serviría por carecer de algunos caracteres y símbolos de puntuación.

Me decanto por las tipografías redondeadas sin serifa, que den una imagen limpia y elegante. Y creo que esta es la línea adecuada para mi diseño.

Century Gothic



AvantGarde Bk BT



Fase 1:

Creación de la imagen

1. 1. Proceso creativo

1. 2. Estudio imagen

competencia

1. 3. Evolución de alternativas

1. 3. 1. Referentes

1. 3. 2. Primeros bocetos

1. 3. 3. Posibles soluciones

1. 3. 4. Evolución posibles
soluciones

1. 3. 5. Desarrollo de la
alternativa

1. 4. Presentación del
imagotipo

1. 4. Presentación del imagotipo



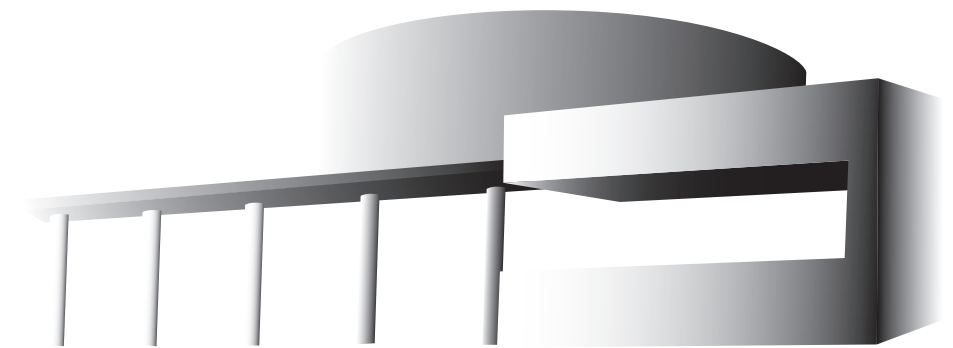
El imagotipo en conjunto es una composición muy acorde con la imagen que la empresa quiere mostrar de su restaurante. He conseguido encontrar una solución que ha gustado a la empresa tanto como a mí misma.

En esta imagen he podido recoger todo mi proceso creativo ya que es una fusión de varias ideas que he trabajado como alternativas independientes y resultaban todas interesantes en individual, por lo que considero que forman un conjunto muy completo y que se integran perfectamente cada una de ellas mediante algún elemento del imagotipo,

De esta forma podemos recordar las ideas utilizadas en el proceso creativo como referentes el elemento de las "Ls", el agua y el edificio.

Más adelante muestro que también utilicé el referente del campo para crear el símbolo.

A continuación analizo los dos elementos que componen el imagotipo, por un lado la imagen del edificio y por otro el conjunto de palabras que componen el logotipo.



Es una imagen con mucho carácter, que dota al imagotipo de fuerza y sofisticación.

Se trata de las plantas superiores del edificio denominado Casa Club.

Es la planta en la que se aloja el restaurante.

Posee una gran identidad gracias a características formas y las columnas que lo diferencian.

El arquitecto se inspiró en un hoyo de golf para su diseño, tanto exterior como interior.



Fase 0:
Información y planificación

Fase 1:
Creación de la imagen

Fase 2:
Desarrollo del manual de imagen corporativa

Fase 3:
Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:
Diseño de la página web

Fase 2: Desarrollo del manual de imagen corporativa38

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo39

2. 2. Construcción del imagotipo40

2. 3. Área de respeto40

2. 4. Tamaño mínimo41

2. 5. Versiones del imagotipo41

2. 6. Imagotipo sobre fondos42

2. 7. Convivencia con otros identificadores42

2. 8. Colores corporativos43

2. 9. Tipografía corporativa44

2. 10. Normativa escritos44

2. 11. Otros elementos de imagen45

2. 12. Aplicaciones de papelería46

2. 13. Soportes cartas menús46

2. 14. Otras aplicaciones46

Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

A partir de la solución visual que he obtenido de la fase anterior como Imagotipo he definido el logotipo y el símbolo.

El elemento del edificio es ideal para convertirlo en símbolo del restaurante, el único inconveniente es que cuando se representa sin el logotipo parece incompleto, le falta dónde apoyarse. Por ello he decidido diseñar un elemento en el que pueda apoyarse el edificio. Recordando aquel referente del campo, me ha parecido interesante que el edificio se represente asentado sobre una línea de terreno que con la forma simule las elevaciones que posee el campo de golf donde sita.



El color burdeos lo he elegido por ser un color moderno y elegante, que queda muy bien en este diseño. Además quería introducir algún color nuevo para poder usar como color corporativo en algunas aplicaciones, ya que el imagotipo está diseñado en escala de grises, y este es muy acertado para una aplicación en hostelería, además de por sus valores estéticos, porque pertenece a las tonalidades que pueden evocar los matices del vino.

Además con este diseño he conseguido un nuevo elemento que puedo utilizar en algunas aplicaciones, como por ejemplo en este dossier como filete.

Imagotipo



Logotipo



Símbolo



Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 2. Construcción del imagotipo

Para la construcción del imagotipo he utilizado una cuadrícula de lado X, siendo X la distancia del punto más alto de la "s" de "los Lagos" al edificio.

En la cuadrícula queda claro que el edificio se ha enderezado para que tuviera las líneas verticales y acabasen las columnas y el elemento de la izquierda a la misma altura.

Para conseguir una imagen equilibrada he dejado la misma distancia X entre la línea horizontal y las letras, tanto las que van sobre ella como las que están colocadas bajo ella.

Las palabras restaurante y golf están centradas respecto al segmento de línea horizontal bajo el que se sitúan.



El símbolo y el logo están justificados a ambos lados.



En el manual exigiré que han de respetarse siempre las proporciones.

2. 3. Área de respeto

En las aplicaciones en las que el imagotipo deba convivir con otros elementos, ya sean imágenes o textos, se deberá respetar un espacio a su alrededor para permitir su correcta percepción.

El área de respeto que se deberá dejar será tres veces la distancia entre el nombre del restaurante y la línea horizontal que tiene debajo, es decir, 3x, siendo x el lado del cuadrado de la cuadrícula empleada en la construcción del imagotipo..

En el manual dejaré claro que sólo podrá invadirse este área bajo justificación, si es totalmente necesario para la aplicación por escasez de espacio y siempre que su visualización siga resultando correcta.



Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

- 2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo
- 2. 2. Construcción del imagotipo
- 2. 3. Área de respeto
- 2. 4. Tamaño mínimo
- 2. 5. Versiones del imagotipo
- 2. 6. Imagotipo sobre fondos
- 2. 7. Convivencia con otros identificadores
- 2. 8. Colores corporativos
- 2. 9. Tipografía corporativa
- 2. 10. Normativa escritos
- 2. 11. Otros elementos de imagen
- 2. 12. Aplicaciones de papelería
- 2. 13. Soportes cartas menús
- 2. 14. Otras aplicaciones

2. 4. Tamaño mínimo

Dependiendo de la aplicación podrá hacerse uso del imagotipo en diferentes tamaños.

Siempre se usará el tamaño más adecuado teniendo en cuenta la iluminación, el tipo de soporte y la calidad del mismo, la distancia desde la que va a ser observado... y todas las condiciones que puedan afectar a la buena legibilidad del mismo.

Se establece el siguiente tamaño mínimo para cerciorar que siempre será claramente visible, ya que se considera que ha menor tamaño no es correcta su visualización sea cual sea la aplicación.



Si por alguna razón justificada a de aparecer en un tamaño menor se aplicará sin las palabras restaurante golf, ya que ha un tamaño inferior resultan ilegibles.



2. 5. Versiones del imagotipo

Por razones de identidad, el imagotipo se representará siempre en su versión original. A una sola tinta y en negro.



Además, la empresa ha pedido que se aplique siempre así también por razones económicas, dejando libertad para modificarlo si alguna aplicación requiere que se muestre el logo en otro color. Pero debe justificarse esta decisión para poder aplicarse.

Para esos casos justificados y en aquellos casos que no sea posible aplicar el imagotipo en su tinta original, como sobre fondo negro, se podrá aplicar en una de estas dos versiones utilizando una de las tintas corporativas.



Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 6. Imagotipo sobre fondos

El imagotipo se representará siempre que sea posible sobre fondo blanco y en su versión original de escala de grises.

Preferiblemente aparecerá sobre fondo de tinta plana y cuando esto no sea posible, sobre un cuadrado blanco coincidiendo siempre con el área de respeto.

Sobre fondo negro se representará con las letras y la línea al 50%, pudiendo utilizarse las otras dos versiones en color corporativo si la aplicación lo requiriera.



Logo sobre tinta plana



Logo sobre fondo negro



Logo sobre fotografía



Versiones complementaria del logo sobre fondo negro

2. 7. Convivencia con otros identificadores

En el caso de que el imagotipo del Restaurante del Club de Golf Los Lagos deba aparecer junto a otros identificadores se deberá respetar la siguiente pauta en su composición: los diferentes identificadores aparecerán de izquierda a derecha en orden jerárquico.

En torneos aparecerá siempre a la derecha del patrocinador, excepto cuando además aparezca el logo del club, en ese caso se colocará a la derecha de éste, y podrá sustituirse la composición horizontal jerárquica por otra en la que el patrocinador aparezca sobre los demás identificadores.

La elección de la composición se hará de acuerdo a la forma del identificador del patrocinador y el espacio de aparición.



Composición junto a patrocinador



Composiciones en el caso de convivencia con un patrocinador y con el identificador del club

Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 8. Colores corporativos

He elegido estos colores corporativos a partir de las necesidades pictóricas que han surgido en el diseño del imagotipo, del logo y del símbolo. De esta forma definí primero el color negro que quería que se aplicase al imagotipo y al crear el símbolo vi la necesidad de definir un color burdeos para la línea de horizonte sobre la que asiento el edificio. Conforme fui avanzando en el proyecto me di cuenta de que era necesario contar con otro color corporativo para ciertas aplicaciones y elegí el azul como recuerdo del simbolismo del agua.

PANTONE DS 130-2 C



PANTONE DS Black C



PANTONE DS 203-5 C



Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 9. Tipografía corporativa

He querido encontrar una tipografía que sea clara, moderna y sobretodo de alta legibilidad, además de que sea estéticamente acorde con el restaurante, ya que se va a aplicar en todos sus menús, cartas y en todas las aplicaciones de papelería.

Esta búsqueda la realicé conjunta con las pruebas tipográficas que hice para el logo y la fuente Century Gothic fue la que consideré más adecuada. Es la empleada para las palabras "restaurante" y "golf" en el logo.

La tipografía corporativa será la Century Gothic.

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

En caso de no poder utilizar la tipografía corporativa, ésta podrá sustituirse por la tipografía compatible AvantGarde Bk BT aumentando el tracking o, en su defecto, la más semejante a la tipografía corporativa que sea posible.

AvantGarde Bk BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Para títulos cortos, como le fecha o el nombre del comulgante en las minutas, u otras aplicaciones que se consideré podrá utilizarse la *England HandLB* que corresponde a la utilizada para las "Ls" del logo, ya que la *Annabel Script* empleada en el logo no posee todos los signos de puntuación y podría dar problemas en las aplicaciones.

2. 10. Normativa escritos

Debe existir una concordancia entre los diferentes escritos de la empresa y para ello se debe establecer unas normas a cumplir que deberán respetarse siempre que sea posible y de no ser así, su modificación deberá estar justificada por el diseño.

A continuación se va a definir el formato en el que se escribirán todos los documentos oficiales de la empresa.

Márgenes

Superior 25 mm.

Inferior 10 mm.

Derecho 10 mm.

Izquierdo 25 mm.

Formato

Texto justificado sin tabulador en primera línea de párrafo

Doble espacio entre párrafos

Interlineado a 1.5 p. Tipo de letra Regular para texto y títulos

Cursiva para subtítulos

Negrita para títulos grandes

Tamaño de letra 12 p. para texto normal

18 p. para título normal

24p. para títulos grandes.

Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 11. Otros elementos de imagen

Para todos aquellos documentos oficiales en los que se considere adecuado podrá hacerse uso de un elemento gráfico ornamental que podrá utilizarse como línea de pie de página o para otras aplicaciones que se considere.

El elemento corresponde a la línea de horizonte del símbolo.

Ésta podrá distorsionarse en sus proporciones sin que pierda su identidad hasta las medidas que indicamos en los ejemplos de aplicación para A4 y A3 en el manual.

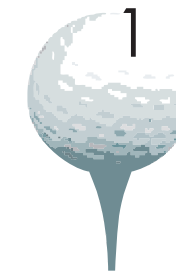
Para formatos mayores se respeta el criterio artístico del diseñador conforme al soporte y la aplicación.



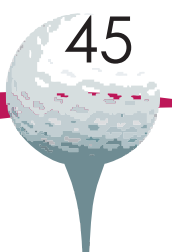
Ejemplo de aplicación:



Si se considera adecuado para la aplicación podrá utilizarse un identificador gráfico ornamental para marcar las páginas que se corresponde con una pelota de golf.



Se colocará en la parte inferior derecha del soporte y siempre que sea posible aparecerá junto con el otro identificador gráfico ornamental respetando la posición que indicamos a continuación.



Fase 2:

Desarrollo del manual de imagen corporativa

2. 1. Símbolo, Logotipo e Imagotipo

2. 2. Construcción del imagotipo

2. 3. Área de respeto

2. 4. Tamaño mínimo

2. 5. Versiones del imagotipo

2. 6. Imagotipo sobre fondos

2. 7. Convivencia con otros identificadores

2. 8. Colores corporativos

2. 9. Tipografía corporativa

2. 10. Normativa escritos

2. 11. Otros elementos de imagen

2. 12. Aplicaciones de papelería

2. 13. Soportes cartas menús

2. 14. Otras aplicaciones

2. 12. Aplicaciones de papelería

Tratándose de un restaurante he elaborado la siguiente lista de aplicaciones que son indispensables:

- Sobre
- Factura
- Carta
- Carta para correo ordinario
- Fax
- Diferentes Impresos
- Carpeta
- Tarjeta de visita
- Ticket de caja
- Sellos de tinta

El diseño de estas aplicaciones lo he desarrollado en función a lo que me ha propuesto el restaurante, respetando exigencias en cuanto a los elementos que deben aparecer obligatoriamente en cada aplicación y en cuanto al modo de economizar.

Dado que se trata de un restaurante no es necesario que inviertan más de lo necesario en elementos gráficos, por lo que casi todas las aplicaciones las he desarrollado en blanco y negro, dejando alguna en color que pueda ser útil en algún momento, como algún impreso y la carpeta, aunque esta última a una sola tinta para no encarecer demasiado.

2. 13. Soportes cartas menús

El restaurante me ha pedido que le diseñe los siguientes elementos:

- Menú del día y festivo
- Las diferentes hojas de la carta (Entrantes, carnes y pescados, postres, carta de vinos tintos, rosados, blancos y cavas.
- Carta de bocadillos y platos combinados
- Minutas

Estas aplicaciones se muestran en su totalidad en el manual.

2. 14. Otras aplicaciones

En el manual se define tanto la colocación exacta del logo en las servilletas de papel que se usan diariamente en el restaurante, como el tamaño que han de tener.

Fase 0:
Información y planificación

Fase 1:
Creación de la imagen

Fase 2:
Desarrollo del manual de ima-
gen corporativa

Fase 3:
Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:
Diseño de la página web

Fase 3: Diseño de otras aplicaciones47

3. 1. Minutas48

3. 2. Uniformes52

3. 3. Vajilla52

3. 4. Photocall54

3. 5. Mantel para entrega de premios57

3. 6. Vinilo cámaras frías58

3. 7. Vinilo máquina de tabaco59

3. 8. Vinilos ventanas61

3. 9. Pictograma baños65

3. 10. Etiquetas de vino66

3. 11. Carteles indicadores68

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

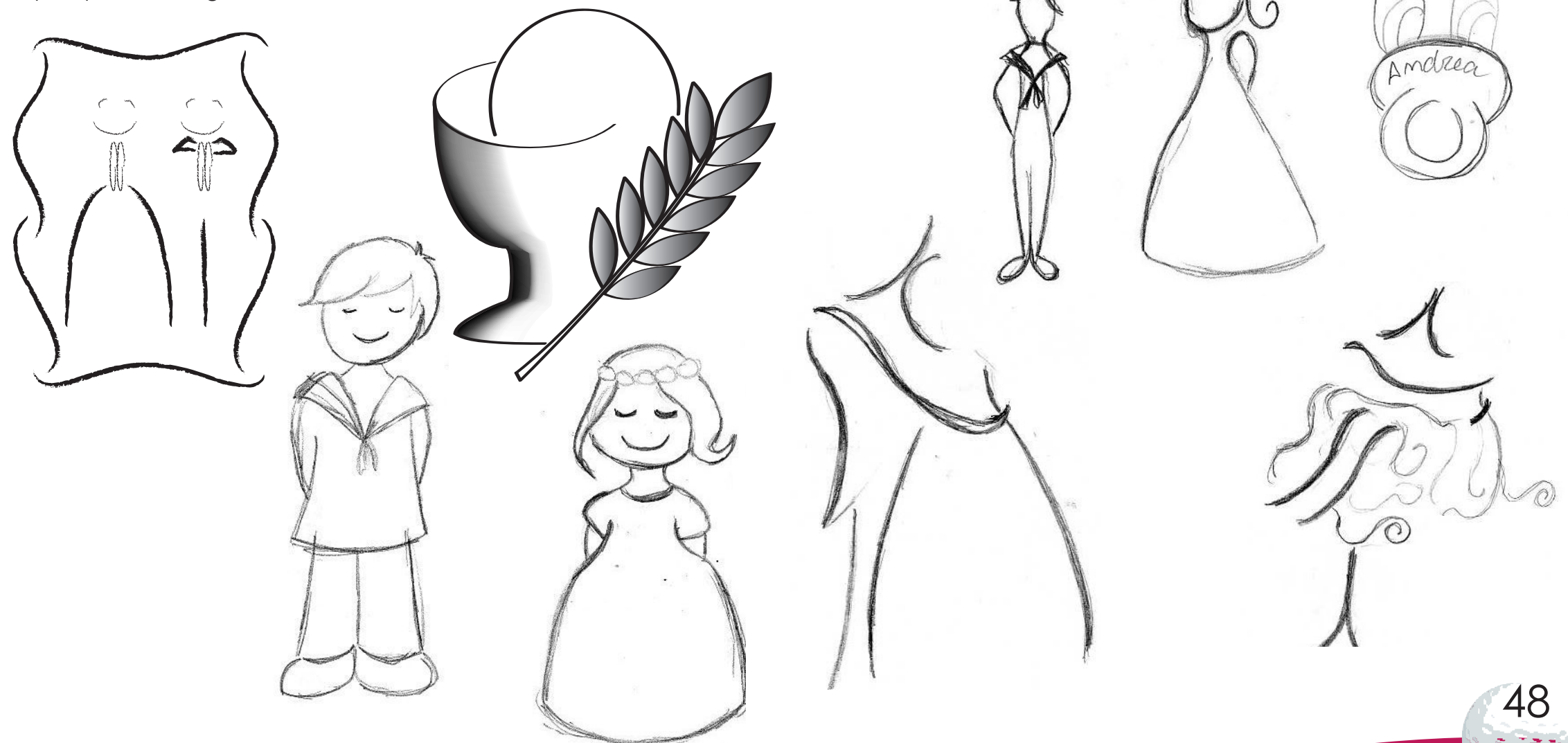
3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega
de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de
tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

3.1. Minutas

En el manual se muestra el modelo de minuta que se utilizará para cualquier banquete, pero la empresa considera necesario poseer unos símbolos con los que poder personalizar esas minutas si se considerase necesario. Para ello me han solicitado que elabore una serie de símbolos con los que poder identificar la temática del banquete.

Una vez desarrollados una serie de bocetos a lápiz, he podido encaminarme en la línea que he considerado más adecuada para esta aplicación. He considerado muy importante que los elementos gráficos que voy a utilizar en las minutas deben seguir la línea del imago tipo para que se respete la imagen del restaurante conservando la coherencia entre todos los elementos gráficos.

Aquí represento algunos de los bocetos:



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

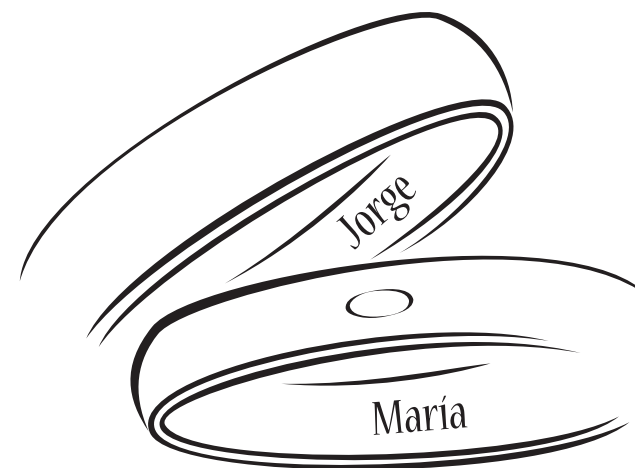
3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

Boda

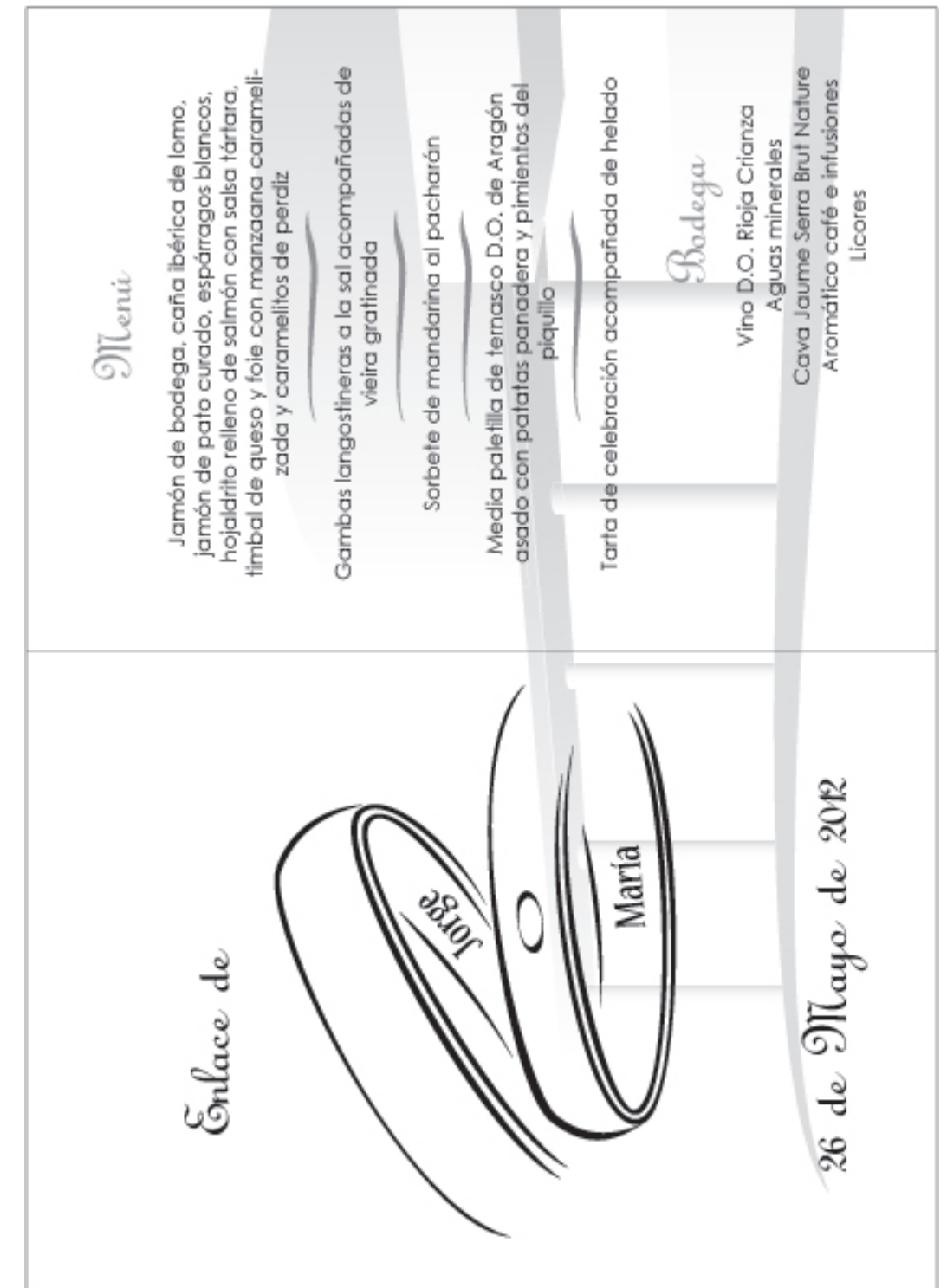
La alternativa que ofrezco y que gustó en el restaurante es el símbolo clásico de los anillos. He decidido poner los nombres de los cónyuges en cada anillo ya que dota a la imagen de personalidad.

En un principio descarté la idea de los nombres, pero tratando con el restaurante me pidieron que les diese las dos opciones, ya que consideran que pueden cambiar los nombres para cada ocasión sin problemas, y si no fuese así usarían la versión sin los nombres.

La imagen está realizada con trazos que, como el resto de símbolos ara las minutas, los he realizado en concordancia con la imagen que he creado del restaurante, ya que cada símbolo forma parte de esa imagen y debe corresponderse como tal.



Con esta modificación la minuta personalizada para boda sería como se muestra en la imagen a continuación:



Fase 3:

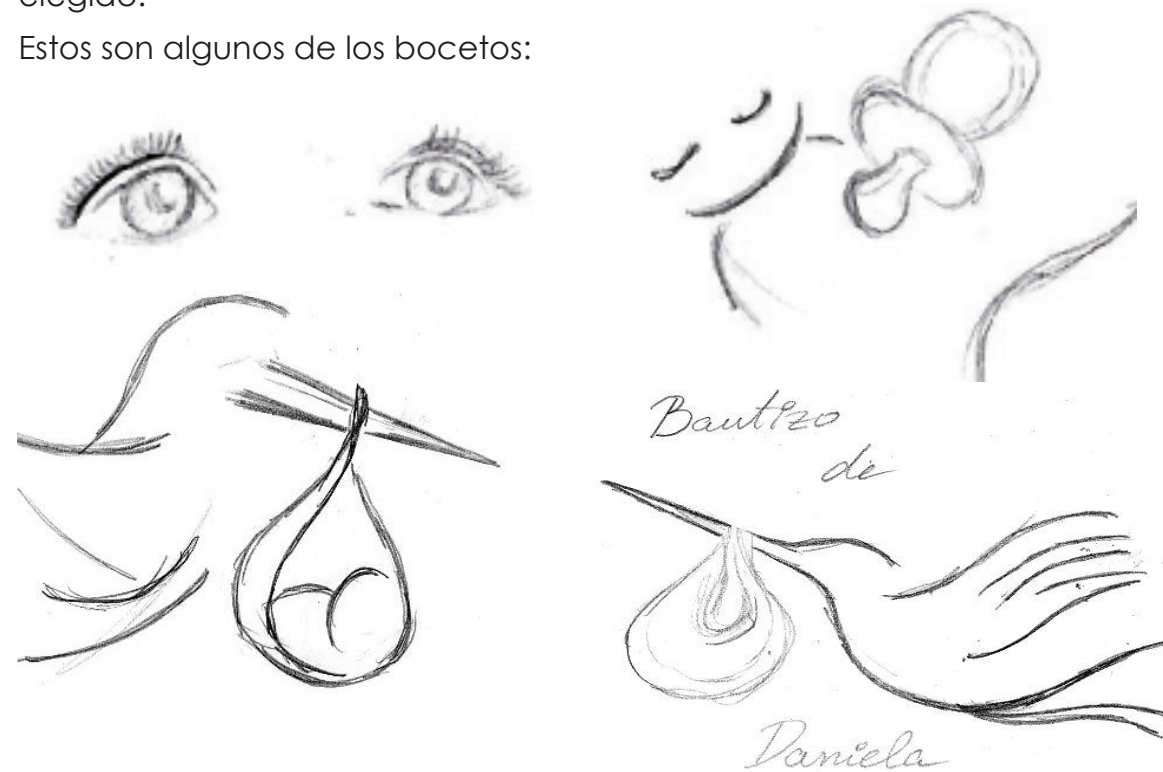
Diseño de otras aplicaciones

3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

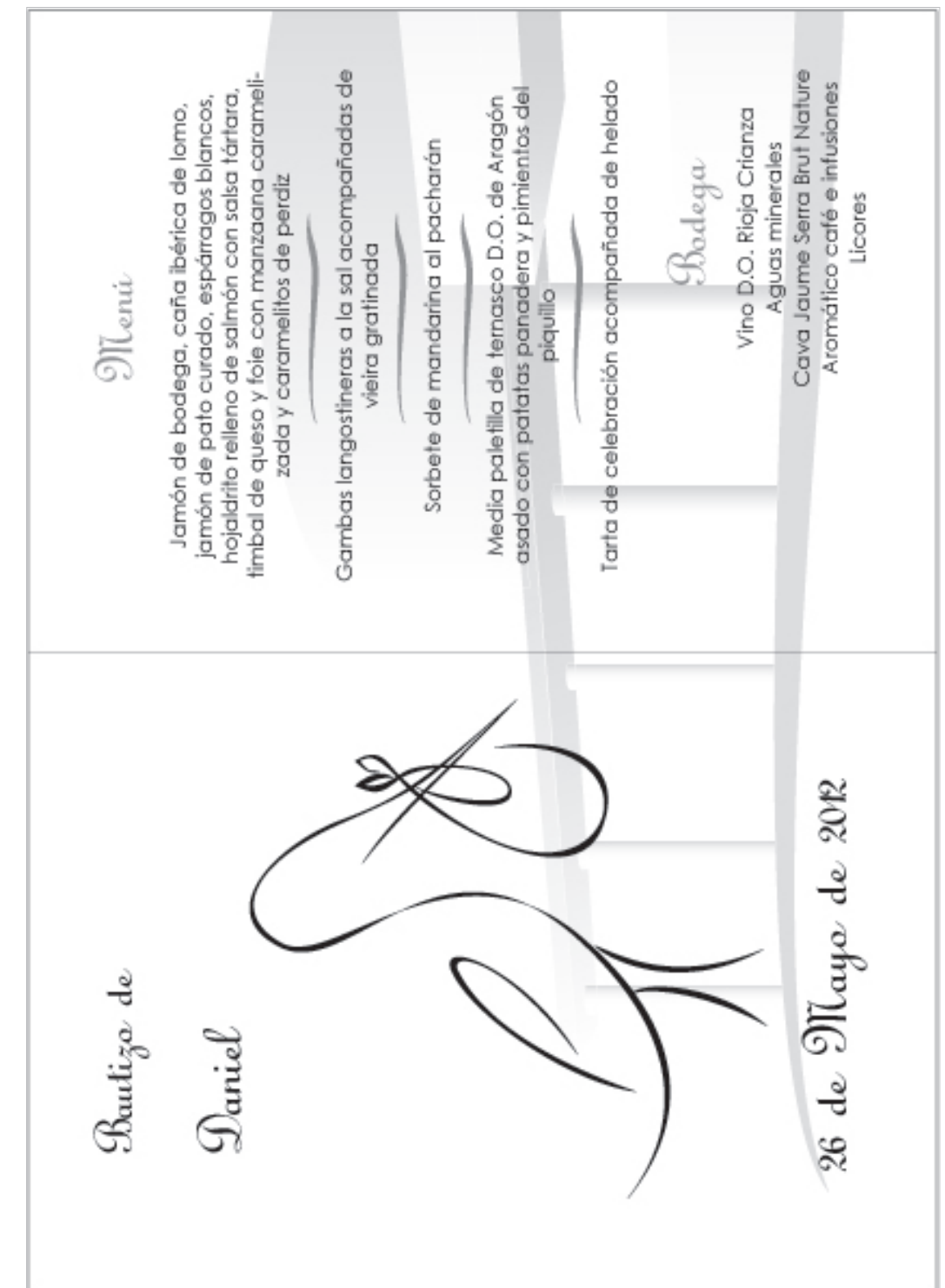
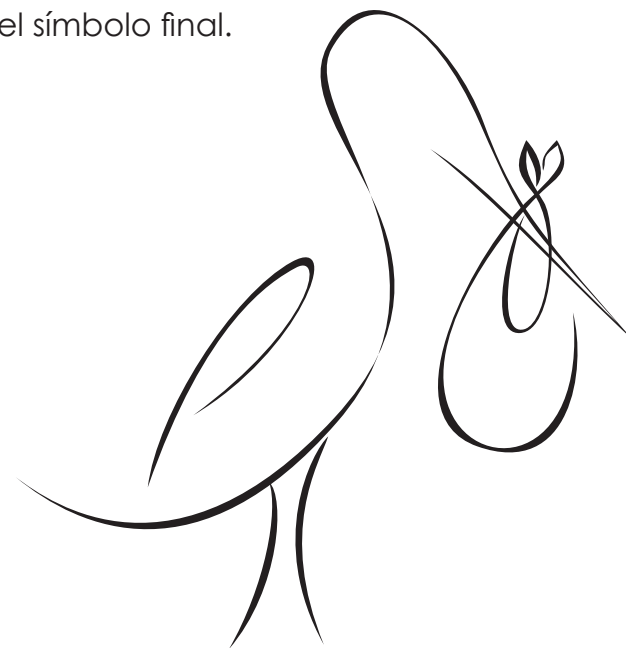
Bautizo

Para la simbología de un bautizo probé con varios temas, desde la carita de un bebé hasta la típica cigüeña que acabó siendo el modelo elegido.

Estos son algunos de los bocetos:



Este es el símbolo final.



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

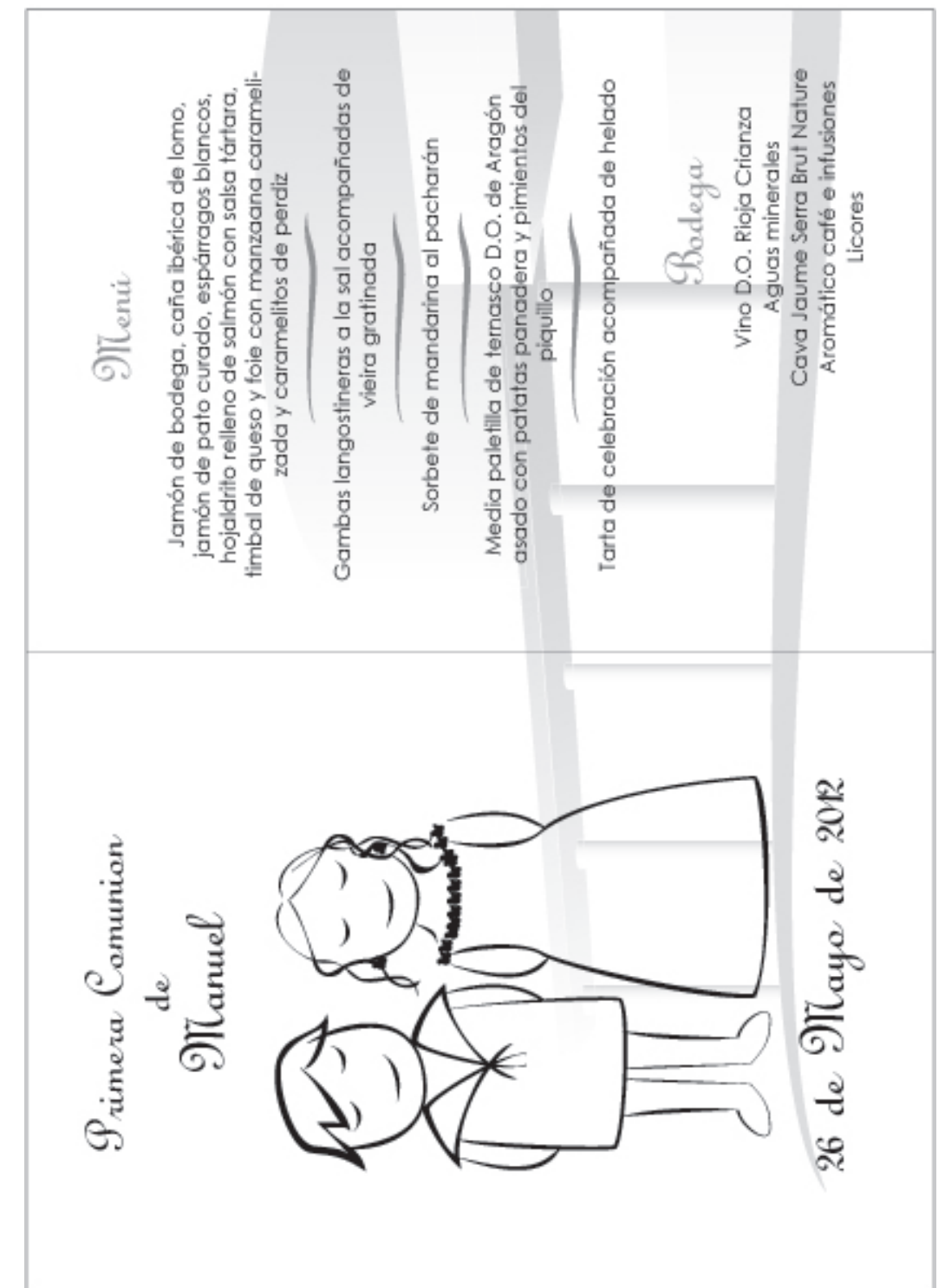
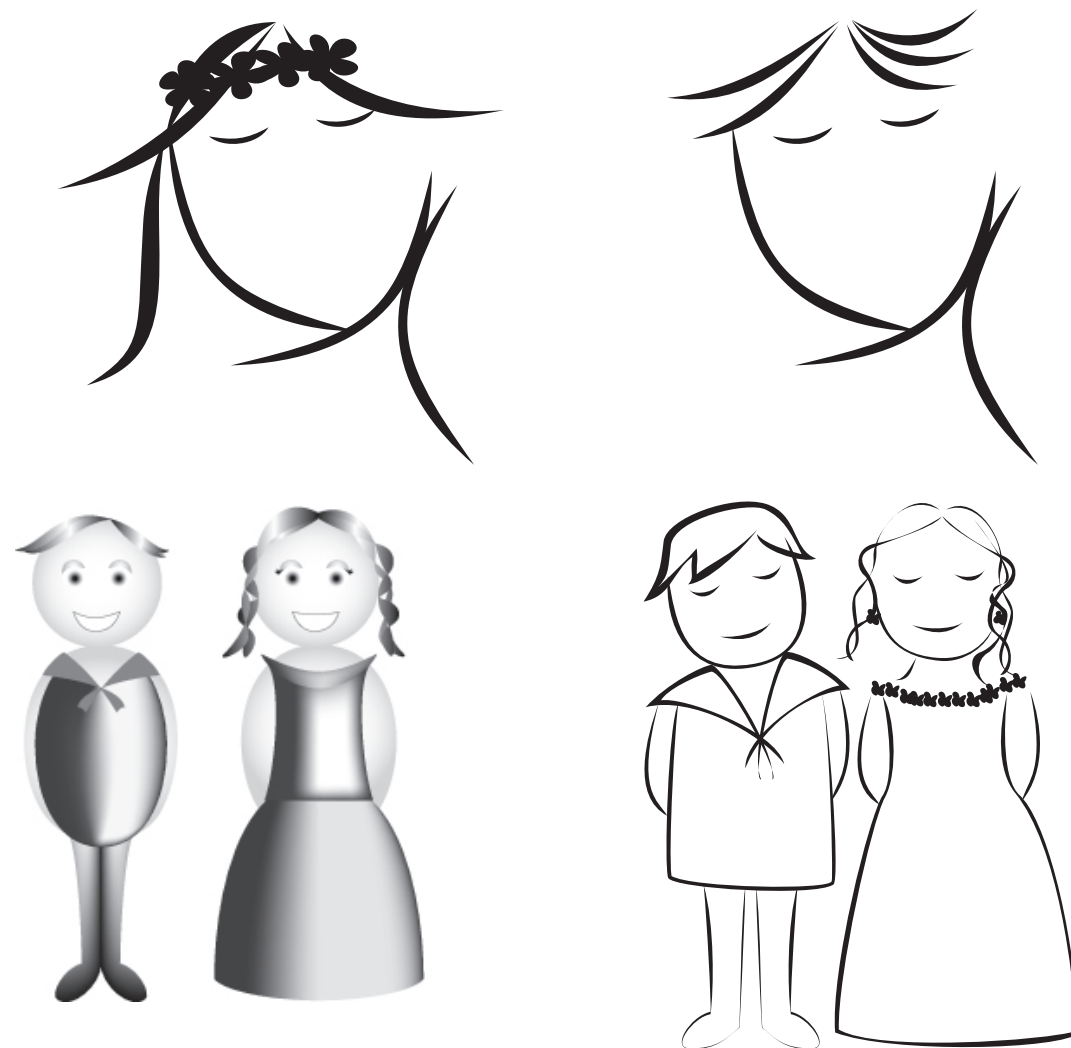
3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

Comunión

Este es el servicio más demandado en lo que a banquetes se refiere en este restaurante, es por ello que el resultado es algo más variado.

Han preferido que les facilite varios modelos para poder combinarlos a su gusto según la ocasión ya que los clientes de este tipo de servicio demandan la variedad y el poder elegir. Así podrán elegir entre la minuta general que se plantea en el manual o la variación con una imagen representativa del día.

Aquí muestro las alternativas finales



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 2. Uniformes

He considerado que dado el tipo de restaurante del que se trata sería interesante proponerles que distinguiesen sus uniformes introduciendo la imagen en ellos. La empresa ha respondido muy entusiasmada a esta propuesta ya que se les ha presentado junto con el presupuesto de serigrafiado y lo han considerado asumible. Es por ello que les planteé aplicar el imagotipo en las chaquetas del uniforme de cocina y en el delantal del uniforme de comedor.



3. 3. Vajilla

Es muy común en los restaurantes con un cierto nivel que el menaje esté serigrafiado para crear distinción. Es por esto que propongo que la vajilla para que sea acorde con la imagen del restaurante que hemos creado sea principalmente blanca, para respetar lo mencionado en el manual sobre la imagen sobre fondos. Considero que será una imagen más clara y menos recargada si en esta aplicación hacemos uso del logotipo en lugar del imagotipo completo.

De esta manera colocaríamos el logotipo centrado en la pieza de vajilla correspondiente y arriba, de acuerdo con lo expresado en el manual sobre la posición de la imagen y la lógica visual a la hora de utilizar cada pieza de la vajilla. Con esto me refiero por ejemplo a que las tazas de café se serigrafiarán en el frente, arriba y centrado tomando la taza con el asa a la derecha y su platito correspondiente centrado, arriba cerca del borde.



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

Debido a temas económicos he tenido que adaptar este apartado a la vajilla que utilizan en el restaurante actualmente, es por ello que sólo se llevará a cabo el serigrafiado de la vajilla de café y de los platos de postre por ser de color blanco, ya que el resto de la vajilla que poseen es de colores estampados y es imposible de adaptar y en estos momentos no se pueden permitir un desembolso tan grande como para comprar toda la vajilla nueva.

Otro objeto al que podemos aplicarle la imagen sin incrementar mucho el gasto son los palilleros que tienen tanto en la barra como en el comedor.

Mi propuesta si fuese posible económicamente sería una vajilla acorde con la imagen que he creado. Para ello considero que sería muy apropiada una vajilla blanca con los interiores en uno de los colores corporativos o en su defecto en gris, recordando los degradados de la imagen, ya que sólo se serigrafiaría el logo, y de estilo con líneas muy sencillas, posiblemente de forma cuadrada redondeada.

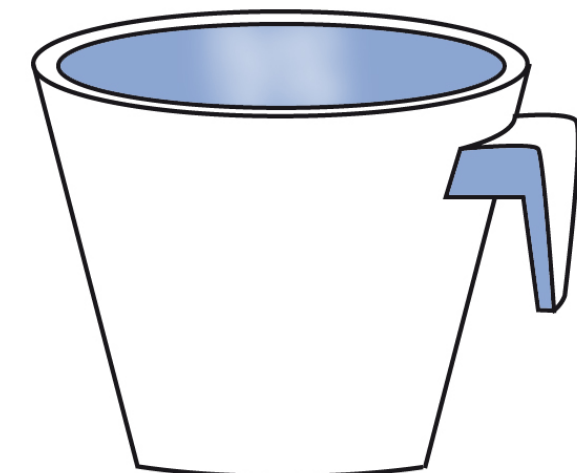


Ejemplo palillero



Simulación color de la vajilla aconsejable

A continuación he querido aportar un boceto del tipo de vajilla que considero acorde a la imagen, para tener en cuenta si en un futuro renuevan el menaje del restaurante.



Boceto de propuesta para renovar vajilla

Propongo este modelo porque me parece muy práctico ya que es fácilmente apilable encima de la cafetera, que es el lugar habitual de este producto en la hostelería.



Boceto de tazas apiladas

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 4. Photocall

Para los torneos que organiza el restaurante me pidieron que les diseñara un photocall para la entrega de premios.

Mi primera idea fue diseñarles una estructura de aluminio con PVC de fácil montaje, ligera y en la que con velcro pudiese adherirse la lona serigrafiada con posibilidad de tener varias para diferentes eventos. Les planteé el diseñar varias lonas ya que ahora en algunas bodas se colocan estos elementos para que los invitados se hagan fotos formales o informales durante el evento.

La idea les pareció bien a la empresa, pero el que la estructura fuera diseñada para ellos no, ya que encarecía mucho el producto. De esta forma me pidieron que me encargara de estudiar el mercado y encontrarles la solución que mejor encajara para su necesidad.

Tras la recopilación de información sobre varias empresas que se dedican a este tipo de productos he concluido que la solución adecuada para este problema concretamente no es un "photocall", sino lo que llaman "roll up".

Esta decisión la he tomado basándome en que la estructura de aluminio de los photocall es innecesaria para el uso que se le va a dar en el restaurante, siendo suficiente con la cómoda y ligera estructura de un roll up. Ocupan muchísimo menos espacio de almacenaje, son mucho más ligeros y más fáciles de montar, y lo más importante responden correctamente a la necesidad que tenemos costando la mitad de precio.

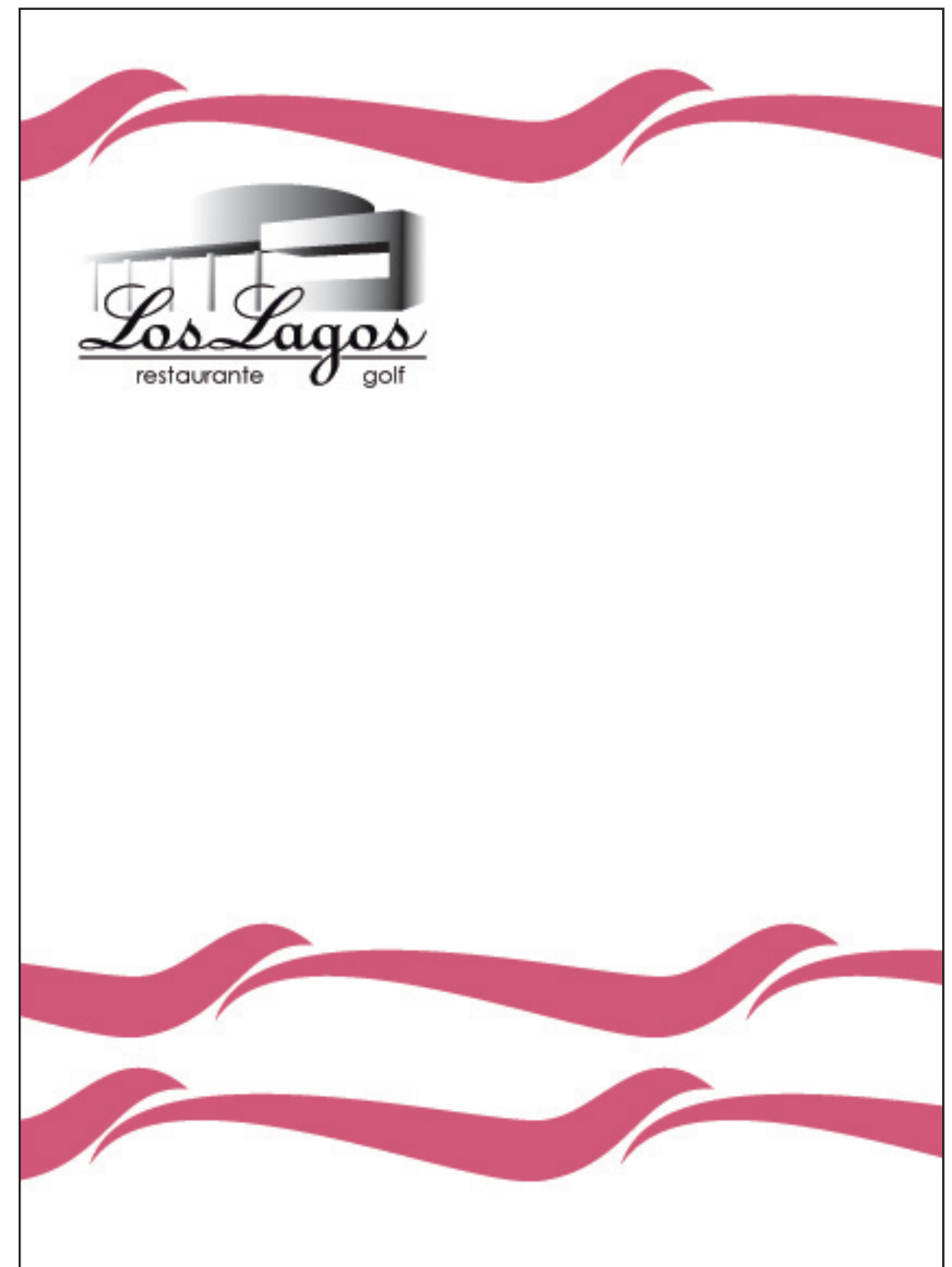
El photocall de 200 x 250 cm. cuesta 250 €.

El roll up que compraríamos sería de dimensiones 150x205 cm. y su coste es de 102 € (soporte y gráfica incluidas), la gráfica sola para tener otros modelos es de 68 €.

Tras facilitarle esta información al restaurante han decidido que prefieren estas medidas porque al ser más pequeño es más fácil de ubicar y como vale menos de la mitad que el photocall, si fuera necesario, han barajado la posibilidad de encargar dos.

El sitio por el que me he decidido para hacer el encargo es por internet en www.pancarta.es.

Aquí muestro el diseño que imprimiríamos a escala 1:10.



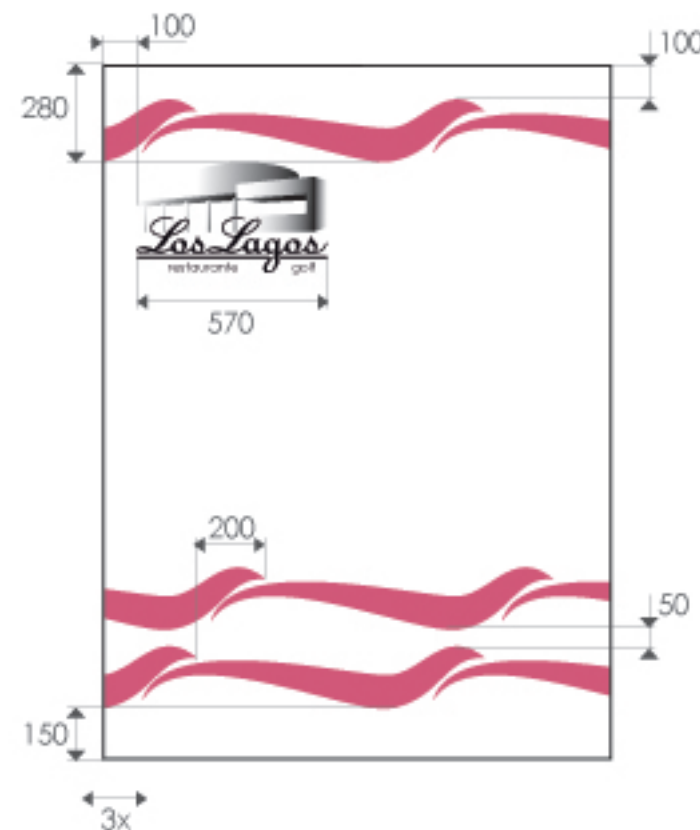
Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

Se ha decidido colocar el elemento ornamental que se recoge en el manual para crear dinamismo en un objeto estático, utilizo este elemento a modo de marco decorativo.

La decisión de colocar el logotipo en la parte izquierda en lugar de centrado se debe a varios conceptos que se han tenido en cuenta; el primero es que su uso principal será entregas de premios y otros eventos que requieran instantáneas del momento, es por ello que si el logo se encuentra ladeado damos la posibilidad a que aparezca en su integridad en la foto, facilitando su propagación visual, y otro motivo es porque como debe adaptarse a otros eventos queríamos crear una zona en la que fácilmente pudiéramos adherir un papel vinílico personalizando el evento. De esta forma podríamos por ejemplo adherir la lista de invitados de una boda, con la organización de las mesas, o la foto de los novios si así lo desearan, el menú de un día señalado como el Pilar o Reyes, o simplemente el nombre del torneo que patrocinase el restaurante. El fondo es blanco para facilitar este fin.



Esta sería una simulación para mostrar más visualmente el resultado.



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

Instrucciones de montaje del Roll up



Abrir cremallera de la bolsa de transporte



Sacar el roll up de la bolsa



Sacar todo el contenido



Girar los dos soportes hasta que queden perpendiculares al rollup



Colocar la varilla vertical



Desenrollar la lona y engancharla en la parte superior a la varilla



Resultado final

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 5. Mantel para entrega de premios

Se trata de un mantel que se coloca sobre una mesa para cubrirla y colocar sobre ella los premios.

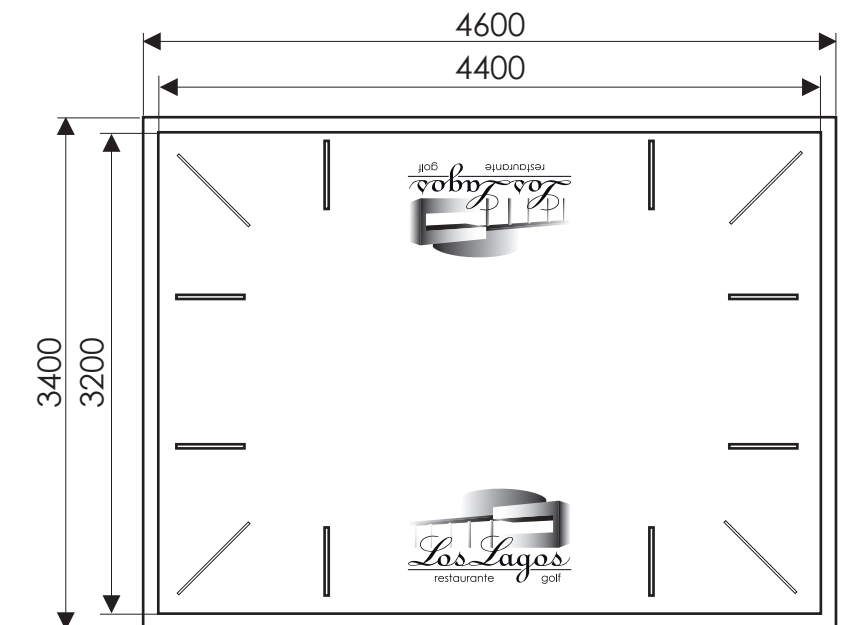
Hay que hacer un diseño muy limpio que no esté sujeto a la colocación en una mesa determinada, ya que se puede dar el caso de tener que colocarlo sobre una mesa de otras dimensiones u otro soporte, es por ello que he decidido que se trate de un diseño muy sencillo en el que sólo aparezca el imago tipo del restaurante en escala de grises (diseño original) sobre fondo blanco. Se imprimirá sobre tejido blanco brillo, para que destaque sobre la mantelería mate que suele haber en los restaurantes y para que sea acorde a su uso, una entrega de premios.

La mesa en la que generalmente se colocará será de dimensiones 800 x 2000 x 1200 mm. (tableros del restaurante)

Las dimensiones del mantel acabado serán de 3000 x 3800 mm. para cubrir completamente la mesa hasta el suelo dejando que sobre 100 mm. por cada lado de manera que pueda ser colocado en otro soporte más alto.

Para corregir esta holgura o adaptar el mantel a otras medidas se colocarán por el reverso del mantel unas tiras de velcro en ciertos lugares como se muestra en la imagen y en el borde un trocito de velcro rugoso que pueda adherirse en las tiras de velcro suave a la altura deseada. Gracias a este sistema podremos adaptar el mismo mantel a muchas medidas de mesas.

En las esquinas también añadiremos el sistema de velcro para poder recoger las esquinas y que no nos arrastren, con lo que el resultado de colocación será perfecto.



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3.6. Vinilo cámaras frío

En una de las visitas al restaurante detecte un detalle que afectaba muy negativamente a la imagen que estábamos creando. Se trata de una cámara que hay situada en la barra en la que se enfrían las copas para la cerveza. Está muy a la vista y está algo deteriorada estéticamente.

Pregunté si la cámara les pertenecía porque al poseer propaganda podía ser alquilada o prestada por otra casa, en ese caso hay que respetar la estética y la propaganda de la otra casa.

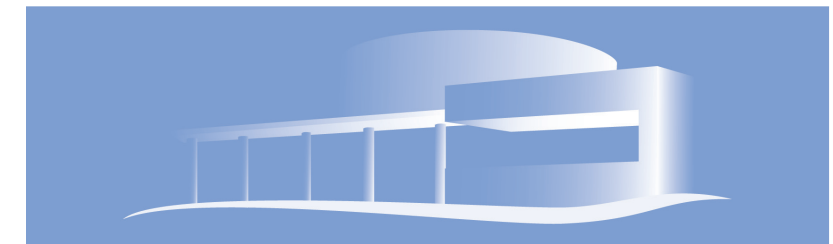
Afortunadamente les pertenece, así que puedo modificarla. Les presenté una remodelación muy sencilla, ya que la primera idea fue forrarla completamente con unos vinilos, pero sabía que no era factible económicamente.

Por esta razón pensé en aprovechar que los laterales eran de un azul que no desentonaba con el azul corporativo, para sólo diseñar el frontal por el que pasa la luz de un fluorescente, algo a tener en cuenta en el diseño.



Cámara copas frías

A continuación muestro dos alternativas para colocar en la cámara.



Se valoraron positivamente, pero consideré más adecuada la alternativa final que muestro tras estas líneas por ser más luminosa y más clara.



Alternativa final



Resultado

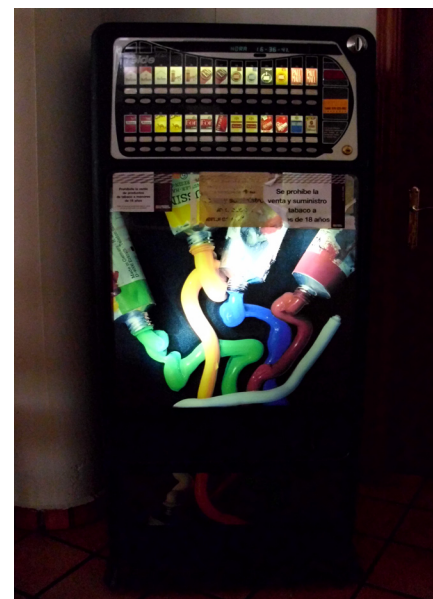
Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3.7. Vinilo máquina de tabaco

Tras ver el resultado obtenido en la remodelación de la cámara para las copas frías fue el propio restaurante el que me sugirió que les diseñase un poster para personalizar la máquina de tabaco. Este punto ya estaba en mi lista para crear la imagen del restaurante, pero me pareció interesante que fueran ellos los que lo sugirieran.



Actual máquina de tabaco

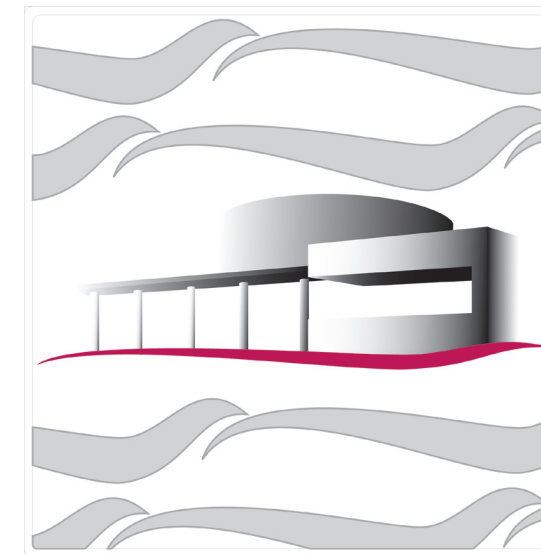
Desarrollo de las alternativas

La máquina actual es impersonal, además de encontrarse en mal estado los adhesivos de advertencias obligatorios, los cuales pediré que se coloquen encima de la máquina de tabaco en la pared.

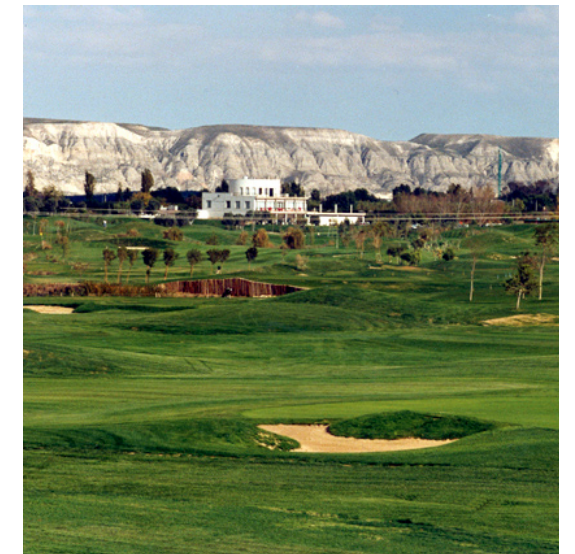
En un principio pensé que sería interesante colocar una imagen del club, un paisaje del campo, algún hoyo...

Esta idea la descarte porque considero que es importante crear una imagen uniforme en todos los elementos para que

la implantación de la misma tenga más fuerza y agarre.



Alternativa 1



Posible foto para poster de máquina de tabaco



Alternativa 3



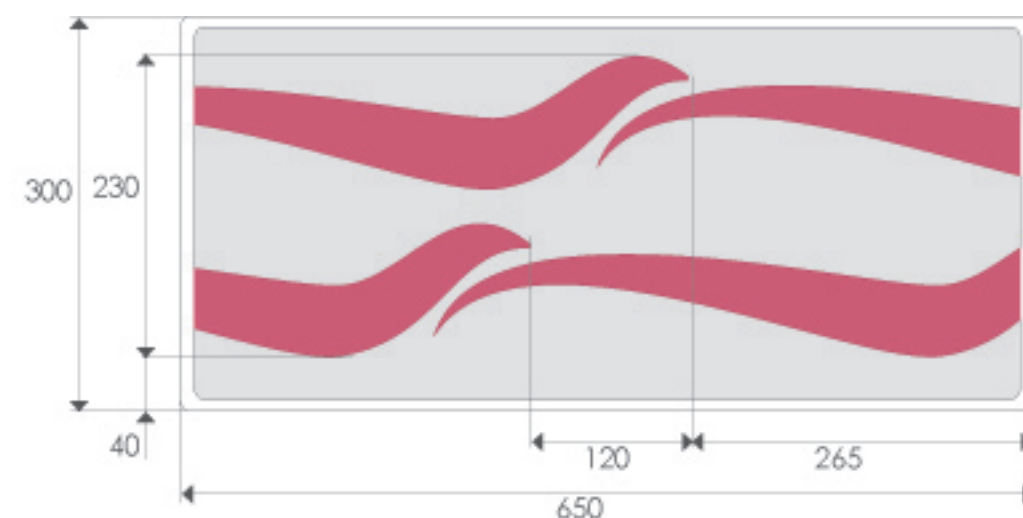
Alternativa 2

Tras presentarle a la empresa estas alternativas decidieron que les gustaba más la de para dar algo de color, ya que desde el principio han mostrado atracción por el burdeos corporativo ya que lo consideran muy elegante.

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores



Ejemplo de aplicación del poster para la máquina de tabaco

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 8. Vinilos ventanas

Un detalle que intensificaría en gran medida la implantación de la nueva imagen sería el diseño y colocación de uno vinilos que muestren la nueva imagen tanto al exterior como al interior del salón de banquetes.

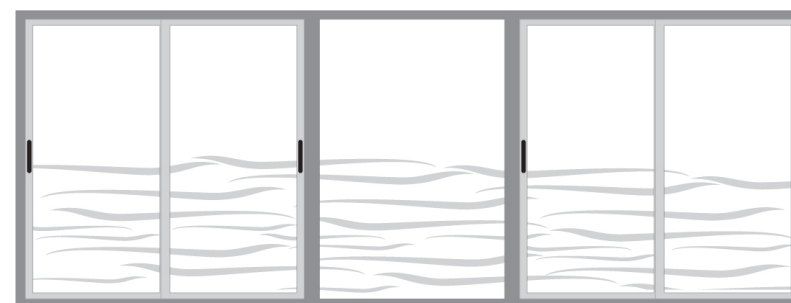
Dos de los muros de este salón están compuestos por enormes cristalerías y otro posee una cristalera que debe permitir paso de luz, pero a su vez debe ocultar el exterior, ya que desde ella se ve la piscina que requiere intimidad para sus usuarios.

Evolución de las alternativas

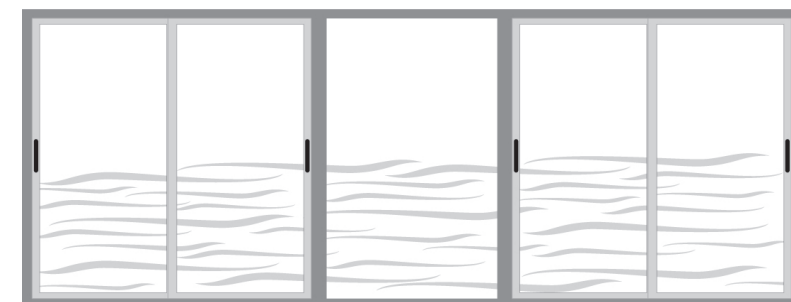
Decidí desde un principio que debía ser el elemento ornamental que representa a la línea de horizonte en el símbolo el que utilizase para realizar la composición, ya que lo considero ideal para esta aplicación.

Estuve estudiando diferentes composiciones en las que combinaba el elemento de diferentes tamaños, en otras utilizaba el reflejo del mismo, en otras el elemento combinado con él mismo girado 180°...

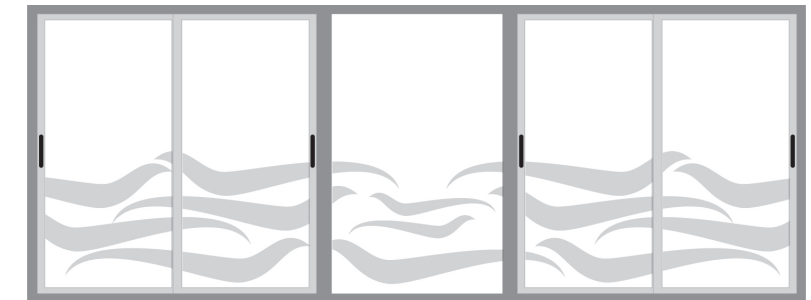
Aquí se pueden ver algunos ejemplos:



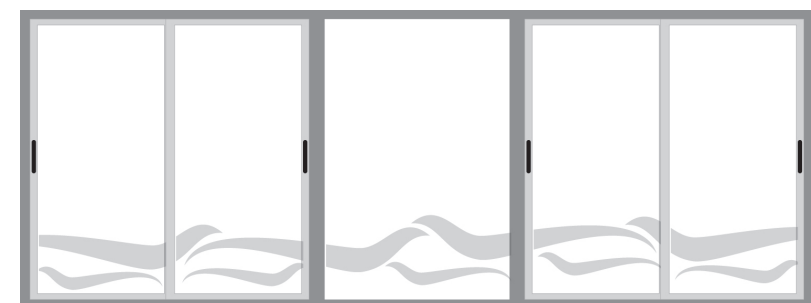
2 medidas y sus reflejos, con simetrías



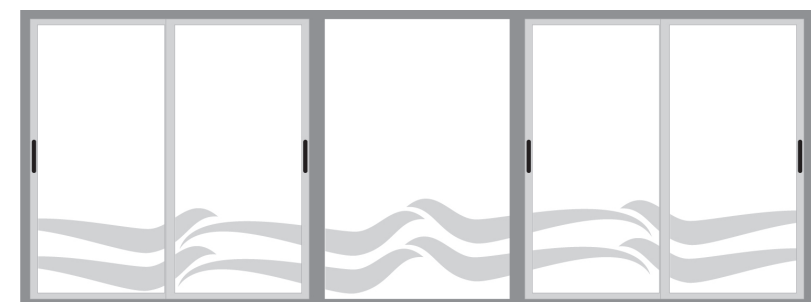
3 medidas, aleatorio



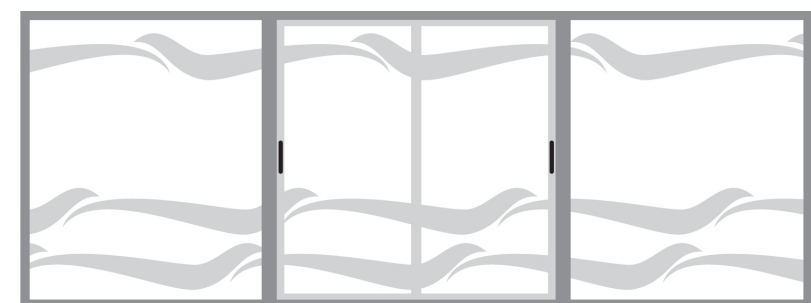
2 medidas y sus simétricos, cierta simetría en la composición



2 medidas y sus simétricos, cierta simetría en la composición



1 medida y su simétrico, simetría total



1 medida y su simétrico, vinilo también arriba

Gracias a estas variaciones me fui dando cuenta de que se mostraba

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

3. 1. Minutas
3. 2. Uniformes
3. 3. Vajilla
3. 4. Photocall
3. 5. Mantel para entrega de premios
3. 6. Vinilo cámaras frías
3. 7. Vinilo máquina de tabaco
3. 8. Vinilos ventanas
3. 9. Pictograma baños
3. 10. Etiquetas de vino
3. 11. Carteles indicadores

más dinamismo con elementos más grandes, además de aportar orden y sencillez a la composición.

Tras una visita a este salón para intentar visualizar in situ los resultados llegué a una conclusión importante, la altura hasta la que debía llegar el vinilo era 1,16 m. para que desde las sillas más cercanas a las cristaleras se tapase el tejado del campo de prácticas y así sólo se contemplasen los campos.

Presentación de la alternativa

Para decidir cómo debía ser la composición perfecta me he basado en lo explicado anteriormente en la evolución de las alternativas: voy a utilizar elementos grandes que den dinamismo, en una sola medida y en hilera que aporta orden, colocaré tres hileras desfasadas para crear más espacios entre los elementos dando más aire a la composición y, como la altura desde abajo ha de ser de 1,16 m. para ocultar el tejadillo del campo de prácticas y la barandilla, prescindiré de colocar elementos en la parte de arriba.

A continuación muestro dos imágenes en las que se muestra cómo son las cristaleras y los detalles a tener en cuenta.

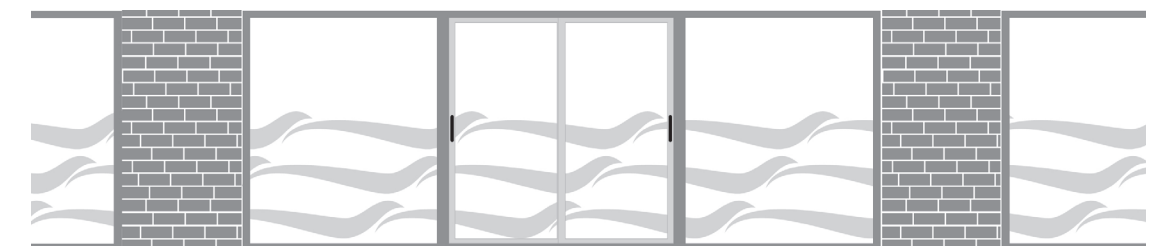


La esquina donde se encuentran las 2 cristaleras



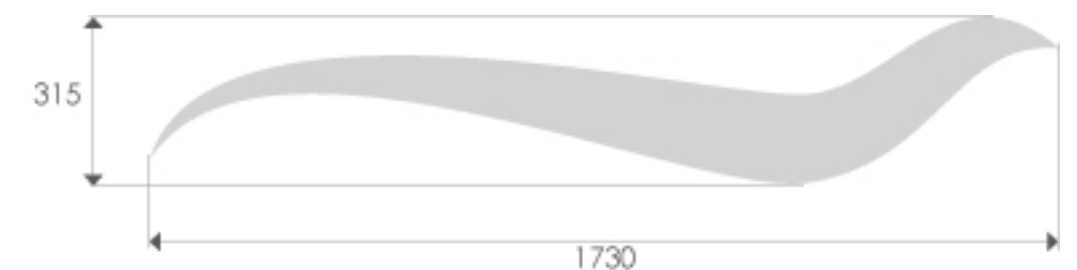
Detalle de barandilla y tejadillo a ocultar

A partir de estas condiciones diseñé la composición definitiva, adaptándola a cada uno de los muros teniendo en cuenta que en el de enfrente que es una cristalera simétrica, en el cuerpo central por el que se accede al jardín ha de coincidir que el elemento central superior esté entero, para que al entrar en el salón se vea bien la imagen.

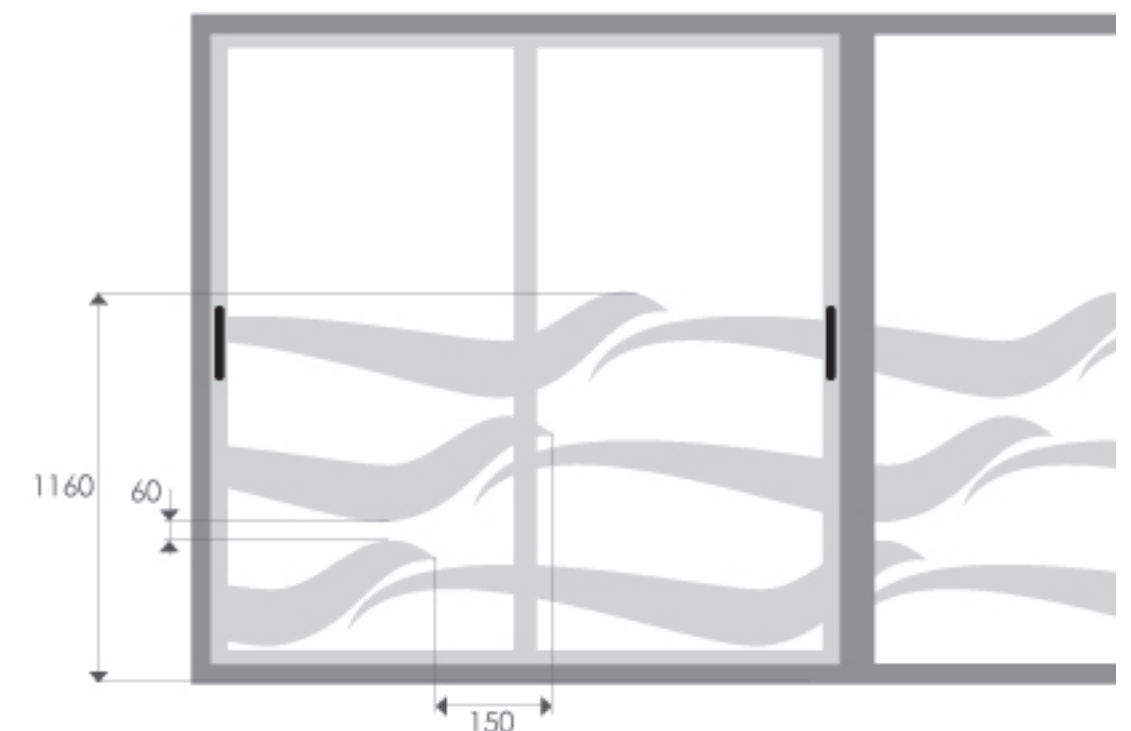


Simulación parte central de cristalera de enfrente, elemento central entero en cuerpo central

De esta manera el elemento principal es:



Y las medidas de la composición son las siguientes



Cotas correspondientes a todos los vinilos

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

He dibujado a escala las cristalerías para poder hacer el diseño en su integridad con medidas reales y el que se muestra en esta página sería es el resultado final.

He utilizado estas escalas para poder mostrarlo en este soporte al mayor tamaño posible.

Los cristales tiene un alto de 1880 mm.

Los elementos vinílicos en escala de grises tendrían una opacidad del 20%.

Los cristales tiene 1880 mm de alto y de ancho, siguiendo las imágenes de izquierda a derecha le corresponderían en milímetros:

- al vinilo frente:

1655 - 855 - 855 - 1660 - 1565 - 855 - 855 - 1570 1660 - 855 - 855 - 1655

- al vinilo derecha:

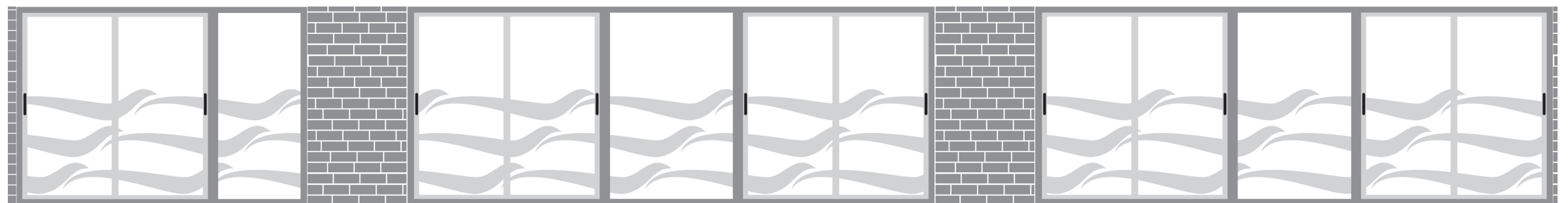
855 - 855 - 835 - 855 - 855 - 1245 - 855 - 855 - 855 - 855 - 1150 - 855 - 855

Vinilo Frente



Ejemplo de aplicación del Vinilo Frente a escala 1:60 de su tamaño

Vinilo Derecha



Ejemplo de aplicación del Vinilo Frente a escala 1:50 de su tamaño

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

Vinilo Izquierda

El diseño de este vinilo requería unas especificaciones especiales con respecto a los otros dos; ya que, como hemos mencionado anteriormente, se trata de una cristalería más pequeña que está orientada hacia la piscina por lo que debe tener un alto grado de opacidad para respetar la privacidad de sus usuarios.

La composición es la misma que en los casos anteriores solo que cubriendo completamente el cristal que son tres hojas de 920 x 1880 mm.

He realizado dos composiciones finales, una en escala de grises y otra utilizando el color burdeos corporativo. Personalmente creo que la burdeos ofrece un toque de color muy interesante al salón, además de que por el momento sus faldones de las mesas son de un burdeos clarito por lo que encajaría a la perfección.

Primero hice una versión con diferentes opacidades dejando partes traslúcidas, pero finalmente me decanté por respetar la misma composición.



Detalle de la alternativa con diferentes opacidades

Les ofrezco las dos alternativas ya que parte del equipo del restaurante prefería la de escala de grises, de este modo la elección es suya reafirmando mi preferencia por la burdeos.



Ejemplo de aplicación a escala 1:25 en escala de grises



Ejemplo de aplicación a escala 1:25 utilizando el burdeos corporativo

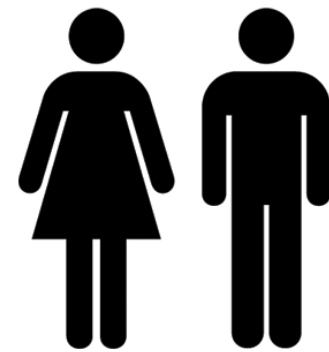
Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 9. Pictogramas baños

Unos elementos a modificar para incrementar el cambio de imagen del restaurante y dotarlo de personalidad son los pictogramas de los aseos. Actualmente hay unos pictogramas típicos como estos:



Bocetos



Evolución de la alternativa

De un estudio de imágenes reales que se utilizan como pictogramas en aseos elaboré una serie de bocetos siguiendo unas especificaciones determinadas.

La condición indispensable es que fuera adecuado para los aseos del salón de banquetes, es por esto por lo que descarte elementos de la temática del golf. Debían seguir la línea de la imagen que estoy creando del restaurante, por lo que considero que debe ser un elemento que denote cierta elegancia y en un trazo ligero siguiendo el estilo de las siluetas diseñadas para las minutas.

Me decante por la idea de los zapatos ya que me parecía que podían resultar unos símbolos sencillos, muy fáciles de identificar (algo muy importante en esta aplicación) y en total armonía con la imagen del restaurante. Deben ser unos zapatos de vestir.

Alternativa

Estos son los pictogramas finales.



Pictograma para aseo de señoras



Pictograma para aseo de caballeros

Las medidas para el pictograma del aseo de señoras es de 175 x 150 mm. y las del pictograma del aseo de caballeros de 175 x 107 mm.

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

3. 10. Etiquetas de vino

Me solicitó la empresa que les diseñara unas etiquetas de vino para poder ponerles a las botellas del menú y a las botellas con las que obsequian a los participantes en los torneos organizados por el restaurante.

Me pidieron que fueran sencillas, sólo la etiqueta del frontal, ya que quieren respetar la etiqueta posterior en la que está la descripción del vino y la denominación.

En la diseño debe aparecer el imago tipo original y algún motivo que especifique la aplicación de estas etiquetas. He decidido añadir a la composición el elemento ornamental que he utilizado en otras aplicaciones.

He decidido cómo debe ser el diseño teniendo en cuenta que debe ser acorde a las demás aplicaciones.

Me pidieron que cubriese el mayor número de formatos de botellas de vino que existen.

Investigué todos los tamaños de botellas y decidí las medidas de la etiqueta de forma que quede bien en las botellas de 75 cl. de mayor radio que suelen comercializarse (típicas de vinos jóvenes y botellas de menú del día) y en las finas (tipo botella de Enate).

He decidido diseñar cuatro tamaños distintos de etiqueta, el diseño es el mismo para que haya homogeneidad, en la proporción adecuada para el tamaño de la aplicación.

Tamaños diseñados

50 x 100 mm.

65 x 130 mm.

80 x 160 mm.

120 x 240 mm.

Medida de botella

Media botella (37,5 cl y 50 cl.)

Botella (75 cl.)

Magnum (150 cl.)

Jeroboam (3l.), Rehoboam (4,5 l.) y Matusalem (6 l.)
Existen tamaños superiores, pero no los he considerado porque no se van a utilizar. Si fuera necesario se agrandaría proporcionalmente el diseño.



Ejemplos de aplicación en 50 cl., 75 cl. y 150 cl.

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

Diseño de la etiqueta



Ejemplo a tamaño real de etiqueta para 75 cl.

Medidas

Las demás etiquetas se construyen proporcionalmente a la de 75 cl.



Cotas de la etiqueta de 75 cl. de 65 x 130 mm.

Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

3. 1. Minutas

3. 2. Uniformes

3. 3. Vajilla

3. 4. Photocall

3. 5. Mantel para entrega
de premios

3. 6. Vinilo cámaras frías

3. 7. Vinilo máquina de
tabaco

3. 8. Vinilos ventanas

3. 9. Pictograma baños

3. 10. Etiquetas de vino

3. 11. Carteles indicadores

3. 11. Carteles indicadores

En las visitas que realicé al restaurante me di cuenta de que algo muy importante que debían cambiar para mejorar la imagen tanto del club como del restaurante son los carteles indicadores que hay de camino al club.



Cartel indicador de rotonda pirámide



Cartel indicador último cruce

En estas fotos se muestra claramente la necesidad de diseñar otros carteles ya que además de deteriorados el del último cruce está anticuado ya que utiliza el nombre antiguo del club, en lugar de "Los Lagos" pone "Prados del Rey".

Estas son las razones por las que he diseñado un cartel nuevo para la rotonda que señalará la dirección del restaurante y otro para el cruce donde se mencionarán a ambos, club y restaurante.

A la izquierda se muestran los dos diseños uno de 500 x 400 mm. y el otro de 500 x 900 mm.



Fase 3:

Diseño de otras aplicaciones

- 3. 1. Minutas
- 3. 2. Uniformes
- 3. 3. Vajilla
- 3. 4. Photocall
- 3. 5. Mantel para entrega de premios
- 3. 6. Vinilo cámaras frías
- 3. 7. Vinilo máquina de tabaco
- 3. 8. Vinilos ventanas
- 3. 9. Pictograma baños
- 3. 10. Etiquetas de vino
- 3. 11. Carteles indicadores

Medidas

Cartel indicador 1 de 500 x 400 mm.

Cartel indicador 2 de 500 x 900 mm.



Cartel indicador 1



Cartel indicador 2

Fase 0:
Información y planificación

Fase 1:
Creación de la imagen

Fase 2:
Desarrollo del manual de ima-
gen corporativa

Fase 3:
Diseño de otras aplicaciones

Fase 4:
Diseño de la página web

Fase 4: Diseño de la página web	70	4. 5. 4. Ejemplo aplicación página Noticias	88
4. 1. Información	71	4. 5. 5. Ejemplo aplicación página Contactos	89
4. 2. Esquema de la página	71		
4. 3. Evolución del diseño	72		
4. 4. Diseño final	74		
4. 5. Ejemplos de aplicación	75		
4. 5. 1. Ejemplo aplicación página Inicio	75		
4. 5. 2. Ejemplo aplicación página El Restaurante	76		
4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación sección Cafetería	77		
4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación sección Comedor	78		
4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación sección Salón banquetes	79		
4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación sección Jardines	80		
4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación sección Salón social	81		
4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación sección Sala reuniones y TV	82		
4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Menús	83		
4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación sección Menú del día	84		
4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación sección La Carta	85		
4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación sección Menús para grupos	86		
4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación sección Banquetes	87		

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 1. Información

4. 2. Esquema de la página

4. 3. Evolución del diseño

4. 4. Diseño final

4. 5. Ejemplos de aplicación

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. Diseño de la página web

Para completar la imagen del Restaurante Club de Golf Los Lagos he decidido realizar la página web del mismo.

4.1. Información

Para su realización primero recopilé la información que por parte de la empresa consideraban indispensable que apareciera en la web y la complete con lo que a mi parecer no debía faltar.

Hablé con ellos de servidores y de los costes de su realización y decidieron que serían ellos quien cuando estuviera completa buscarían cómo subirla a la web.

Al final se concluyó que como el restaurante forma parte del club, la web será un enlace desde la página del propio club. Que como se muestra en la imagen de abajo, aparecerá el imago tipo en el menú d la izquierda para poder acceder.



Simulación del imago tipo como enlace a la página web del restaurante

4. 2. Esquema de la página

A partir de la información elaboré el esquema de contenidos de la página web.

Inicio

(Mensaje de bienvenida e información de contacto del restaurante)

El Restaurante

(Presentación del restaurante y menú de instalaciones)

[Cafetería](#) (Explicación y fotos)

[Comedor](#) (Explicación y fotos)

[Salón banquetes](#) (Explicación y fotos)

[Jardines](#) (Explicación y fotos)

[Salón social](#) (Explicación y fotos)

[Salón reuniones y TV](#) (Explicación y fotos)

Menús

(Explicación y menú con diferentes apartados)

[Menú diario](#) (Explicación)

[La Carta](#) (Explicación y cartas de menú)

[Menús para grupos](#) (Explicación y propuestas de menús)

[Banquetes y celebraciones](#) (Explicación y propuestas)

Noticias

(Espacio donde actualizar noticias)

Contacto

(Formulario para pedir información y datos de contacto)

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 1. Información

4. 2. Esquema de la página

4. 3. Evolución del diseño

4. 4. Diseño final

4. 5. Ejemplos de aplicación

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4.3. Evolución del diseño

Una vez realizado el esquema de contenido debía definir el diseño de la página para albergar ese contenido.

Concreté que habría dos menús, uno horizontal con los cinco apartados principales y un menú lateral que variaría según el apartado en el que nos encontrásemos del menú horizontal.

Decidí que los datos de contacto estuvieran en todas las páginas para facilitar esa valiosa información al usuario.

En un primer momento pensé en que debía utilizar el color negro para la web, ya que el blanco y negro son muy característicos de los profesionales de la hostelería y podía quedar un diseño muy elegante.



Alternativa 1 en escala de grises

Tras hacer una prueba me pareció un poco sobrio, y el degradado del menú lateral resultaba reiterativo.

Probé con una tonalidad de verde para evocar los campos de golf,

pero dentro de pertenecer al club no me parecía positivo para la imagen del restaurante.



Alternativa 2 en verde

Este pensamiento de deber encontrar un nexo de unión entre la web del restaurante y la del club, ya que iban a estar conectadas entre sí, me llevó a olvidarme de las tonalidades de verdes que no me había gustado el resultado aunque su web fuera de este color y centrarme en pensar otro punto de unión.

Volviendo a visitar la web del club me di cuenta de que su cabecera podía ser ese nexo común.

Decidí que no quería que fuese exactamente igual ya que aunque fuera un nexo común quería que existiera una gran diferenciación y además quería tener el fondo de la página blanca.

Es por esto que decidí adaptar una parte de su cabecera a mi diseño de momento para ver el resultado.

Fase 4:

Diseño de la página web

- 4. 1. Información
- 4. 2. Esquema de la página
- 4. 3. Evolución del diseño
- 4. 4. Diseño final
- 4. 5. Ejemplos de aplicación
 - 4. 5. 1. Ejemplo aplicación página Inicio
 - 4. 5. 2. Ejemplo aplicación página El Restaurante
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Menús
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Noticias
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Contactos



Alternativa 3 con cabecera

El resultado fue satisfactorio, pero considero que no debería cortar el logo del club, por lo que debo ampliar la cabecera.

Debía seguir buscando los colores para la página, es por esta razón por la que surgieron los colores corporativos. El azul corporativo resultaba muy adecuado y es por esta razón que hice una prueba que me llevaría a dar con el diseño casi definitivo, tanto por la cabecera como por el color.

En él fui definiendo con más precisión los tamaños de letras y definí totalmente los menús.

Decidí que el menú principal (horizontal) poseyera unas pestañas que fueran indicando el lugar de la página en la que nos encontramos, al igual que en el menú lateral el título de la sección en la que estamos permaneciera en blanco en lugar de en negro.



Alternativa 4 en azul corporativo

Los dos menús debían tener distinto matiz para poder ver claramente que uno está sobre el otro y no se mezclaran los colores.

Terminé de determinar los tamaños de los elementos de la página y a redactar los contenidos de cada sección.

Determiné que no quería cambiar el tono de la selección en el menú horizontal, me pareció suficiente con el marcador de las pestañas.

En la siguiente imagen se puede ver el resultado de los dos marcadores de sección, tanto del menú vertical como del horizontal.

Fase 4:

Diseño de la página web

- 4. 1. Información
- 4. 2. Esquema de la página
- 4. 3. Evolución del diseño
- 4. 4. Diseño final
- 4. 5. Ejemplos de aplicación
 - 4. 5. 1. Ejemplo aplicación página Inicio
 - 4. 5. 2. Ejemplo aplicación página El Restaurante
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Menús
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Noticias
 - 4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Contactos



Alternativa 5 en azul corporativo



Diseño final sección de Menús para grupos dentro del apartado Menús

4.4 Diseño final

Una vez definido el color de los menús PANTONE DS 203-5 y el mismo al 90%, y las tipografías en blanco y negro con sus tamaños adecuados, terminé de redactar todos los contenidos y a buscar todas las imágenes que iba a necesitar en la web.

Empecé a pasar todo este contenido a Dreamweaver y de este modo a elaborar la página web.

El tamaño elegido para la página es 1024 x 768 px.

Por razones estéticas, decidí hacer la página también en el programa iWeb de la suite iLife de Apple y el resultado me gustó más, concretamente por el modo de mostrar las fotografías. Es por esto que la página definitiva está creada en este programa.

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 1. Ejemplo aplicación página Inicio



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2. Ejemplo aplicación página El Restaurante



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.1. Ejemplo aplicación sección Cafetería



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Cafetería
Comedor
Salón de Banquetes
Jardines
Salón Social
Sala de reuniones y TV

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurant@gmail.com

La cafetería esta abierta de 8h. a 20h. en invierno (21h. en verano),
pudiendo consumirse en ella todo tipo de bebidas, al igual que una gran
variedad de tapas, raciones, bocadillos, sandwiches y platos combinados.
El horario de cocina es de 8h. a 16h. ampliando media hora más en fin de
semana.

Consta de zona de barra con sus correspondientes taburetes y de un salón
equipado con mesas y sillas en el que los clientes pueden tomar sus
consumiciones o jugar una partida de cartas.

[Reproducir pase](#)

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.2. Ejemplo aplicación sección Comedor



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Cafetería
Comedor
Salón de Banquetes
Jardines
Salón Social
Sala de reuniones y TV

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Desde el mismo espacio de la cafetería se accede al comedor con capacidad para 150 comensales.

Este espacio se utiliza para el servicio de menú y cuenta con climatización y vistas al campo de golf.

▶ [Reproducir pase](#)

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.3. Ejemplo aplicación sección Salón banquetes



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Cafetería
Comedor
Salón de Banquetes
Jardines
Salón Social
Sala de reuniones y TV

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

El salón destinado para banquetes y celebraciones tiene una capacidad para 250 comensales. A él se accede desde un hall de entrada con guardarropa, donde se ubican los aseos exclusivos para los invitados.

Este salón climatizado tiene acceso a los jardines y desde el mismo se pueden contemplar unas preciosas vistas de todo el campo de golf.

Reproducir pase

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.4. Ejemplo aplicación sección Jardines



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.5. Ejemplo aplicación sección Salón social



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Cafetería
Comedor
Salón de Banquetes
Jardines
Salón Social
Sala de reuniones y TV

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Existe una zona en la planta superior de la Casa Club con mesas de juego,
sofás y televisión, donde poder descansar y reponer fuerzas.

El uso de esta zona está restringido únicamente para socios del club
mayores de 18 años.

▶ [Reproducir pase](#)

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2.6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 2.6. Ejemplo aplicación sección Sala reuniones y TV



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Cafetería
Comedor
Salón de Banquetes
Jardines
Salón Social
Sala de reuniones y TV

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Este salón de 50 metros está provisto de televisión, DVD, WiFi y proyector.

Esta equipación lo hace perfecto para su uso como salón de reuniones para empresas, convenciones y otros eventos.

[▶ Reproducir pase](#)



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Menús



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación sección Menú del día



Inicio El Restaurante Menús Noticias Contacto

Menú diario
La carta
Menús para grupos
Banquetes

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Cada día elaboramos un menú diferente acorde con la temporada y el mercado para poder ofrecer los productos más frescos, que combinados con una elaboración casera son nuestro referente.

En menú consta de tres platos a elegir entre cuatro primeros, tres segundos y una variada lista de postres.

Entre los primeros siempre puede encontrar una ensalada, un plato de cuchara y una pasta. Y entre los segundos siempre ofertamos un plato elaborado como estofado, asado, bitoques, ragut..., una carne a la plancha y un pescado.

El precio es de 9,80€ de lunes a viernes y de 17€ los fines de semana y festivos. En estos precios está incluido el IVA, la bebida (agua, vino y gaseosa) y el pan. El café y otras consumiciones se abonará a parte.

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación sección La Carta



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación sección Menús para grupos



Menú diario
La carta
Menús para grupos
Banquetes

Reservas:

Dirección
Camino de los Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta
no dude en llamarnos al teléfono:
976 617 786

o utilice nuestro formulario de
contacto y nos pondremos
en contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Podemos ofrecer un sin fin de menús para grupos, ya que personalizamos el menú con nuestros clientes adaptándolo a su gusto, siempre bajo los consejos de un equipo con experiencia en celebraciones.

Los menús para grupos son ideales para reuniones desde 10 personas, ya que los menús concertados agilizan el servicio y aseguran que todo esté preparado al gusto del cliente.

Se componen de un entrante que puede ser individual o una selección de centros de mesa, un plato fuerte y un postre, todo ello acompañado por una excelente bodega.

El Restaurante Club de Golf Los Lagos puede contratarse para cenas a partir de 40 comensales, ya que de lo contrario en este horario el club permanece cerrado. En horario de comida no hay problema de número de comensales.

Menú 1 **Menú 2** **Menú 3**

Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación sección Banquetes



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Noticias



Fase 4:

Diseño de la página web

4. 5. 1. Ejemplo aplicación
página Inicio

4. 5. 2. Ejemplo aplicación
página El Restaurante

4. 5. 2. 1. Ejemplo aplicación
sección Cafetería

4. 5. 2. 2. Ejemplo aplicación
sección Comedor

4. 5. 2. 3. Ejemplo aplicación
sección Salón banquetes

4. 5. 2. 4. Ejemplo aplicación
sección Jardines

4. 5. 2. 5. Ejemplo aplicación
sección Salón social

4. 5. 2. 6. Ejemplo aplicación
sección Sala reuniones y TV

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Menús

4. 5. 3. 1. Ejemplo aplicación
sección Menú del día

4. 5. 3. 2. Ejemplo aplicación
sección La Carta

4. 5. 3. 3. Ejemplo aplicación
sección Menús para grupos

4. 5. 3. 4. Ejemplo aplicación
sección Banquetes

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Noticias

4. 5. 3. Ejemplo aplicación
página Contactos

4. 5. 3. Ejemplo aplicación página Contactos

Inicio **El Restaurante** **Menús** **Noticias** **Contacto**

Reservas:

Dirección

Camino de los
Viñales s/n
50298 Pinseque
Zaragoza

Para cualquier consulta,
no dude en llamarnos al
teléfono:

976 617 786

o utilice nuestro
formulario de contacto
y nos pondremos en
contacto con usted

Correo electrónico:
loslagos.restaurante@gmail.com

Formulario de solicitud de información

Si está interesado en recibir más información de nuestros servicios, por favor
rellene el siguiente formulario con sus datos, y nos pondremos en contacto
con usted de la forma que usted decida.

Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico: @

Teléfono:

Fax:

¿Cómo nos conociste?

☐ A través de un amigo.

☐ A través de un buscador.

☐ Navegando por la red.

☐ Otros

Seleccione la forma preferida de contacto

☐ Por correo electrónico.

☐ Teléfono.

☐ Fax.

Comentarios y observaciones

Escriba aquí su comentario...